PROFIL

nr 12 (103) grudzień 2001
ISSN 1427-8995



Nowa oferta **Idea Optima**

Fundacje charytatywne

Domeny **internetowe**

IDEA
Ciągle nowe pomysły

ZOSTAŃMY Razem

Jeżeli jesteś z nami ponad rok,
uczcijmy to i Zostańmy Razem.

IDEA
optima

optymalny wybór, niskie rachunki

Nowy Telefon, Dłuższe Rozmowy -
po niezwykłą ofertę ZOSTAŃMY RAZEM
zgłoś się do firmowego salonu Idea
lub zadzwoń: 501 400 400.

Szanowni Państwo,

Koniec grudnia to przede wszystkim okres świątecznych spotkań w rodzinnym gronie. Po przygotowaniach do nadchodzących Świąt Bożego Narodzenia, gorączce zakupów i odrabiania wszelkich możliwych zaległości, przychodzi chwila wytchnienia, wyciszenia i refleksji. Cieszymy się z choinki, kolędowania przy stole, wizyty Świętego Mikołaja, prezentów i smakowitej ryby – rzeczy niewielkich, ale tworzących niepowtarzalny, magiczny klimat Świąt Bożego Narodzenia. Jak miło pomyśleć, że pewne rzeczy nigdy się nie zmieniają...

Kilka dni później nasze myśli pobiegną w zupełnie innym kierunku. Po raz kolejny wszyscy będziemy mieć nadzieję, że nadchodzący Nowy Rok będzie lepszy, inny, bogatszy... I na pewno tak będzie.

W imieniu Pracowników PTK Centertel i Zarządu Spółki, z okazji nadchodzących Świąt Bożego Narodzenia i Nowego Roku 2002, wszystkim naszym Abonentom życzę wszelkiej pomyślności, rodzinnego ciepła, wielu życiowych sukcesów, a także szampańskiej zabawy w noc sylwestrową.

Iwona Kossmann
Dyrektor Marketingu
PTK Centertel



Wydawca:
Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.
Redakcja:
Pion Marketingu PTK Centertel
Redaktor Naczelny:
Iwona Zabielska
Redakcja: Agnieszka Guzek
Współpracownicy:
Małgorzata Węgrzecka, Artur Stadnik
Korekta:
Irena Szewczyk
Projekt okładki:
Piotr Lichwierowicz
Opracowanie graficzne:
Jurek Wasiukiewicz
Adres Redakcji:
ul. Skierniewicka 10a
01-230 Warszawa
TEL. (0-22) 656 14 44
w. 20 84
FAKS (0-22) 656 14 44
Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz
Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



program Idea Profit

6 SMS-y za punkty

8 Wygraj świąteczny stroik
– konkurs Poczty Kwiatowej

9 Pomóż Dzieciom z Domu Dziecka w Strobowie
– punkty Profit na Dom Dziecka

11 Zapraszamy na kręgle
– promocja Centrum Rozrywki Atomic dla posiadaczy kart Idea Profit



mobile

12 Nowa oferta Idea Optima

14 Nowe roamingi
– Filipiny, Kenia, Uzbekistan



17 Darmowa poczta głosowa dla Użytkowników POP

18 Archipelag
– pierwsza na świecie gra, dzięki wiadomościom SMS

19 Autoguard
– satelitarny system zabezpieczania pojazdów

20 Błyskotliwa kariera SMS
– na czym polega fenomen SMS-ów



21 Nowe aparaty w Idei
– Ericsson T29s, Alcatel OT511

23 Obsługa Klienta w zasięgu ręki

24 Zapamiętam to, co najlepsze
– rozmowa z Markiem Józefiakiem, prezesem Zarządu TP S.A.



temat miesiąca
SPOŁECZNA DOBROCZYNNOŚĆ

28 Fundowane dobro

MINI INFORMATOR

Informacja handlowa: 0-801 234567
– koszt połączenia: 0,35 zł brutto niezależnie od czasu trwania rozmowy

Informacja handlowa Meritum: 0-801 100 501
– połączenie dostępne w sieci stacjonarnej

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Klienta dla Abonentów Meritum: *525
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
502 000 525 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
+48 502 000 525 – numer dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:
***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT
+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych: *123
– połączenie tylko z telefonu komórkowego
501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:

www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

w sieci

32 Cyfrowa biblioteka
– recenzje programów multimedialnych

33 Sylwester 2001
– internetowe oferty spędzenia Sylwestra

34 Rywalizacja domen



idea kulturalna

36 Co nowego w kinach i na DVD

37 Nowości płytowe

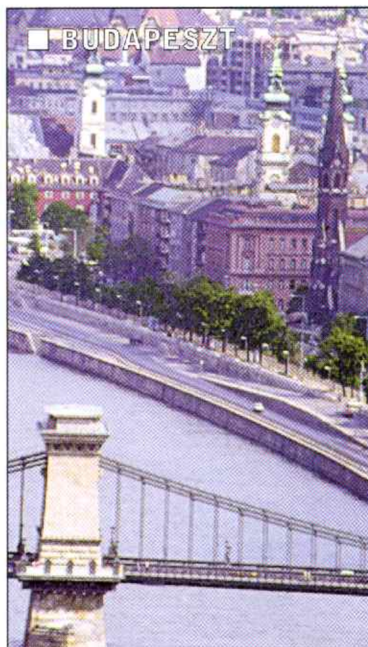
38 Nowości książkowe

po godzinach

39 Od słowa do słowa
– felieton

40 Miasto na źródłach
– Budapeszt

42 Przy świątecznym stole
– kuchnia polska



■ MINI INFORMATOR ■

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110)
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks salon 628 84 54, faks BOP 628 84 53
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10/15, 0-501 000 505, faks 853 34 20;
ul. Okrzei 34, tel. 656 15 54, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, faks 670 23 60.

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska 67, tel. 321 12 12, 321 24 33, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, faks 301 51 13.

GDYNIA
ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska 232, tel. 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – przedstawiciele handlowi, 60 lub 61 – serwis, 94 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice 9, tel. 835 88 88, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika 12, tel. 8 500 600, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks;
ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 110 – faks.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 621 10 90, faks 621 10 92.

WROCŁAW
ul. Odrzańska 25, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks;
ul. Piłsudskiego 13, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks.



Od 3 grudnia 2001 r. punkty Profit można wymienić na pakiety SMS!

SMS-y ZA PUNKTY

W ramach oferty dostępne są 3 pakiety: SMS 40, SMS 80, SMS 240.

Liczba przy słowie „SMS" oznacza liczbę SMS-ów dostępnych w danym Pakiecie.

Aby skorzystać z oferty i wymienić punkty Profit na bezpłatne Pakiety SMS, wystarczy wysyłać **SMS** z komendą: **SMS 40** (80, 240) pod numer **300**.

NAZWA PAKIETU/TREŚĆ SMS POD NR 300	LICZBA SMS-ÓW DOSTĘPNYCH W DANYM PAKIECIE	WARTOŚĆ PAKIETU W PUNKTACH PROFIT
SMS 40	40	300
SMS 80	80	500
SMS 240	240	1400

Np. **SMS** wysłany pod numer **300** z komendą **SMS 80** oznacza, że Uczestnik programu deklaruje wymianę 500. posiadanych punktów Profit na 80 darmowych SMS-ów. Po pozytywnej weryfikacji i odjęciu wartości zamówionych SMS-ów w punktach Profit, Uczestnik programu, w formie SMS, otrzyma potwierdzenie realizacji zlecenia. Zamówione SMS-y automatycznie zostaną mu przydzielone.

W przypadku braku odpowiedniej liczby punktów na koncie, Uczestnik programu otrzyma SMS z informacją o braku możliwości realizacji zamówienia.

Zamówiony Pakiet SMS można wykorzystać w bieżącym okresie rozliczeniowym. Niewykorzystane, w danym okresie rozliczeniowym, SMS-y z zamówionego Pakietu nie przechodzą na następny okres rozliczeniowy.

Warunkiem skorzystania z oferty „SMS-y za punkty" jest aktywacja usługi SMS TARYFA MALEJĄCA,
pozwalającej na zmniejszenie kosztów związanych z wysyłaniem SMS-ów.

Dzięki tej usłudze, stawki za kolejne SMS-y, wysyłane w danym okresie rozliczeniowym, są coraz niższe. Można więc wysyłać SMS-y już w cenie **13 groszy netto za SMS!**

Przedział SMS		Stawka netto w PLN za SMS w danym przedziale
od	do	
0	10	0,24
11	25	0,23
26	50	0,22
51	100	0,21
101	250	0,20
251	500	0,15
501	powyżej 501	0,13

SMS-y za punkty nie są wliczane do ogólnej liczby SMS-ów (przedział SMS), będącej podstawą wyliczenia stawki za SMS-y w ramach Taryfy Malejącej SMS.

Usługa SMS Taryfa Malejąca nie dotyczy SMS-ów specjalnych (np. numery 7000 - 7999). W celu jej aktywowania należy skontaktować się z BOK pod nr tel. *22 i podać swoje hasło abonenckie. Opłata aktywacyjna 1 PLN netto. Usługa zaczyna działać następnego dnia po jej aktywacji.

ABY SPRAWDZIĆ...

➡ ile bezpłatnych SMS-ów pozostało do wykorzystania w ramach oferty SMS-y ZA PUNKTY, wystarczy zadzwonić pod nr ***300** lub **501 400 300** i połączyć się z konsultantem przez wybranie **9** z menu serwisu głosowego.

Opłata za połączenie z nr *300 lub 501 400 300, bez względu na długość jego trwania, wynosi 1 zł netto, zgodnie z cennikiem usług telekomunikacyjnych PTK Centertel.

- Oferta SMS-y ZA PUNKTY, dostępna jest dla wszystkich Uczestników programu Idea Profit, posiadających telefon w ofercie Idea Optima, na warunkach dostępnych do 5.11.2001r.
- Oferta nie dotyczy: Nowa IDEA OPTIMA , MERITUM, NMT, POP.
- Oferta nie dotyczy SMS-ów specjalnych i chat.
- Nie ma możliwości łączenia punktów, zgromadzonych na różnych kontach w programie, w celu skorzystania z oferty.
- Szczegółowe warunki oferty SMS-y ZA PUNKTY określa Regulamin, dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl





WIDZĘ WIELKĄ ŚWIĄTECZNĄ OKAZJĘ!



15 % rabat
na zakupy w sklepach Galeria Centrum

Świąteczny prezent
dla Uczestników Programu IDEA PROFIT

Oferta ważna przy każdej transakcji za okazaniem Karty Idea Profit, w terminie 1 - 31.12.2001. Oferty nie można łączyć z innymi rabatami.

Gdańsk ul. Grunwaldzka 107/109, **Kraków** ul. Św. Anny 2, **Lublin** ul. Krakowskie Przedmieście 40,
Łódź ul. Piotrkowska 98, **Opole** ul. Krakowska 45/47 (w CH Arkadia), **Szczecin** Al. Niepodległości 60,
Warszawa ul. Marszałkowska 104/122, ul. Wołoska 12 (w Galerii Mokotów), **Wrocław** ul. Świdnicka 40 (w CH Renoma)





O pięknie kwiatów nie trzeba nikogo przekonywać. Kwiaty są ozdobą każdej uroczystości, wnętrza czy ubioru. W poszukiwaniu oryginalnych kompozycji, warto zwrócić się do **POCZTY KWIATOWEJ – INTERFLORA**, która nie tylko dobierze odpowiedni do okazji bukiet czy skomponuje świąteczny stroik, ale także dostarczy go pod każdy, wskazany przez Ciebie, adres w kraju lub zagranicą.

W dn. **1 – 31 grudnia 2001 r.**, dla wszystkich Uczestników programu Idea Profit, mamy wyjątkową ofertę: w czasie trwania promocji

Posiadacze kart Idea Profit GOLD, otrzymają 10% zniżkę na pełną ofertę Poczty Kwiatowej – INTERFLORA, **właściciele kart Idea Profit SILVER i YELLOW 7%**.

Zniżka obejmuje kompozycje bukietów na każdą okazję, świąteczne stroiki oraz dostawę pod każdy adres w kraju i zagranicą.



Wygraj świąteczny stroik

poczta kwiatowa

W dn. 10 – 19 grudnia 2001 r. wszystkich, którzy lubią zabawę i emocje rywalizacji zapraszamy do udziału w konkursie. Codziennie do wygrania jeden z 12 świątecznych stroików.

Każdego dnia konkursu wygrywa jedna osoba.

- konkurs trwa codziennie **od 10 do 19 grudnia 2001r.** w godzinach 8.00 – 24.00,
- **konkurs polega na ułożeniu hasła z użyciem numeru telefonu Poczty Kwiatowej – INTERFLORA: 502 111 222.**
  Np.:
  Najpiekniejsze kwiaty. Dostawa pod kazdy adres w kraju i zagranica. Zadzwon i zamow: 502 111 222
- **codziennie wygrywa jedno hasło**, uznane przez komisję konkursową za najciekawsze,
- hasło należy wysłać **SMS-em** pod nr **7130**,
- **Pamiętaj! Twoje hasło musi mieścić się w 160 znakach, dostępnych w SMS i nie zawierać polskich liter,**
- z autorami zwycięskich haseł kontaktować się będzie Poczta Kwiatowa – INTERFLORA, która ustali wszystkie szczegóły dostarczenia nagrody.

- Uczestnictwo w konkursie jest równoznaczne z wyrażeniem zgody przez Uczestnika programu na publikację jego danych osobowych w piśmie, wydawanym przez PTK Centertel oraz na przekazanie jego numeru telefonu innym podmiotom – Partnerom, współpracującym w programie Idea Profit w ramach promocji „WYGRAJ ŚWIĄTECZNY STROIK".
- Każdy z uczestników Promocji, który przystąpił do konkursu na hasło, zobowiązuje się, iż w przypadku zwycięstwa w konkursie wyraża zgodę na nieodpłatne przeniesienie autorskich praw majątkowych do hasła reklamowego, w zakresie rozporządzania i korzystania z hasła dla celów reklamy usług i produktów, oferowanych przez Pocztą Kwiatową – INTERFLORA, przez czas nieokreślony, w Polsce i poza jej granicami, przy wykorzystaniu dowolnych mediów, nośników i środków przekazu.
- Opłata za wysłanie każdego SMS-a pod numer 7130 wynosi 1 zł netto, zgodnie z cennikiem usług telekomunikacyjnych PTK Centertel.
- Szczegółowe warunki promocji „Wygraj świąteczny stroik" określa Regulamin dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl



Pomóż
Dzieciom z Domu Dziecka w Strobowie



Grudzień to miesiąc szczególny. Atmosferę nadchodzących świąt wyczuwamy niemal wszędzie. Nawet ulice zmieniają się nie do poznania. Drzewa, przystrojone kolorowymi lampkami i świąteczne dekoracje wystaw sklepowych, przenoszą nas do odległej Laponii – krainy elfów, reniferów i ich właściciela, Świętego Mikołaja. Zaczynamy gorączkowe przygotowania do świąt Bożego Narodzenia: zakupy, sprzątanie, załatwianie wszystkich nie dokończonych spraw. Aż wreszcie przychodzi ta wyjątkowa, magiczna noc. Wigilia Bożego Narodzenia. Wypatrujemy pierwszej gwiazdki i zasiadamy do wspólnego stołu. W końcu mamy czas dla naszych najbliższych, przekazujemy sobie życzenia, obdarowujemy się nie tylko prezentami, ale przede wszystkim radością bycia razem i wspólnego przeżywania.

Zadbajmy o to, by ten dzień był radosny dla wszystkich.

Zwracamy się do Państwa z prośbą o wsparcie dzieci z Domu Dziecka w Strobowie. Od początku istnienia tej placówki wychowało się w niej 1072 dzieci. Historia powstania Domu Dziecka w Strobowie sięga 1945 roku, kiedy znalazły tu schronienie sieroty wojenne. Obecnie przebywa tam **55 wychowanków w wieku od 5 do 18 lat. Marzeniem dzieci od wielu lat jest sala gimnastyczna.** Niestety, na jej wybudowanie zawsze brakowało środków. **Pomóżmy im uwierzyć, że warto mieć marzenia.** Dzieci nie tracą nadziei i już od dawna same próbują zebrać pieniądze, podejmując się różnych drobnych zajęć (koszenie trawy, pomoc w sadach przy zbiorach owoców). Jednak uzbierana kwota jest wciąż za mała...

Liczy się każda złotówka, a każda złotówka to 25 punktów w programie. **Skorzystajmy z tej szansy i pomóżmy dzieciom uwierzyć w Świętego Mikołaja. W dn. 1 – 31.12.2001 r.** wystarczy wysłać **SMS** pod nr **400** z deklarowaną liczbą punktów, np.: SMS wysłany pod numer 400 z komendą 600 oznacza, że deklarujesz 600 punktów, czyli 24 zł, na wsparcie Domu Dziecka.

Przypominamy

- do końca grudnia 2001 r., okazanie karty Idea Profit upoważnia do zakupu Zestawu POP nawet **z 25% rabatem** (szczegóły w listopadowym wydaniu „Profil-u").
- do końca grudnia 2001 r. w salonach ZIBI trwa świąteczna promocja. Okazanie karty Idea Profit oraz kuponu, który znajdziesz w listopadowym „Profil-u" upoważnia nawet do 20% zniżki.



- Kwota, wynikająca z przeliczenia punktów Profit, przekazanych przez Uczestników programu, zostanie wpłacona na konto Domu Dziecka w Strobowie do 31 stycznia 2002 r.
- Szczegółowy Regulamin dostępny jest w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl

dajemy Ci więcej

COLUMBIA TRISTAR HOME ENTERTAINMENT i Radio ZET prezentują

DZIENNIK BRIDGET JONES

NAJZABAWNIEJSZA, NAJORYGINALNIEJSZA I NAJODWAŻNIEJSZA KOMEDIA OSTATNICH LAT!

DVD VIDEO


Nieocenzurowana!


DANIEL!!!


Niepohamowana!


MARK!!!

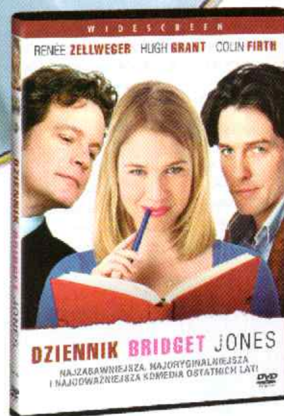

Niezamężna!

OSTRZEŻENIE!!!
Naśladowanie stylu życia Bridget Jones może być niebezpieczne dla zdrowia!

Premiera na DVD
26 LISTOPADA!
Szukaj w dobrych sklepach!!!

Naprawdę wszystko o Bridget!!!

TYLKO NA DVD:
- Dwa reportaże
- Komentarz reżysera
- Dwa teledyski
- Sceny niewykorzystane
- Artykuły prasowe



www.columbiavideo.pl

COLUMBIA TRISTAR HOME ENTERTAINMENT UNIVERSAL

Wszystkie prawa zastrzeżone. TM & © 2000 Columbia Pictures Industries Inc., and DreamWorks L.L.C.
© 2001 Layout and design Columbia TriStar Home Entertainment. All Rights Reserved.

tvn GRUPA ITI

PARTNERZY:

VIVA! onet.pl polski portal internetowy BRITISH AIRWAYS MAXFACTOR Polecany przez profesjonalistów Świat Książki

W GRUDNIU GRAMY TANIEJ!



kręgle • gry • imprezy

Idea **dodatkowej** zabawy

Atomic zaprasza:

Warszawa
Galeria Mokotów
ul. Wołoska 12
tel.: (22) 543 94 10

Kraków
Zakopianka
ul. Zakopiańska 62
tel.: (12) 290 86 10

Do 31 grudnia 2001r. na kartę Idea Profit:

- w **Warszawie** za grę w kręgle zapłacisz do **25% taniej!**
- w **Krakowie** za grę w kręgle zapłacisz do **28% taniej!**

Oferta ważna od poniedziałku do czwartku. Poziom zniżek uzależniony od pory dnia.

DODATKOWO

Przypominamy o ofercie stałej!

Od piątku do niedzieli **przy zakupie 1 godziny lub 5 gier** w kręgle otrzymasz **kupon na dwie gry w kręgle gratis**

Kupony na gry ważne są podczas kolejnej wizyty od poniedziałku do czwartku oraz od piątku do niedzieli do godz. 15.00

program profit idea

dajemy Ci więcej

Od 5 listopada 2001 r., oferujemy Państwu nowe plany taryfowe w ofercie Idea Optima. Po raz pierwszy od jej powstania w marcu 2000 r., przeszła ona tak gruntowną przemianę.

Nowa oferta Idea Optima

PAWEŁ BIELECKI

Postęp technologiczny i stale zwiększające się możliwości telefonii komórkowej powodują, że potrzeby użytkowników telefonów różnicują się i zmieniają z upływem czasu. Dlatego opracowaniu nowych planów taryfowych przyświecała idea stworzenia oferty, która dopasowuje się do oczekiwań Klientów. Nowa Idea Optima została oparta na kilku zasadach, dzięki którym może stanowić atrakcyjną propozycję dla każdego.

LEPSZY WYBÓR

Nowa Idea Optima oferuje unikalną swobodę komunikacji – wymianę minut na SMS-y, w ramach bezpłatnego pakietu minut i SMS-ów, możliwość wyboru jednego z 6 elastycznych planów taryfowych, dostosowanego do potrzeb Abonenta, wyjątkowo atrakcyjne stawki za minutę połączenia w szczycie, w stosunku do opłaty abonamentowej oraz liczby minut w pakiecie.

PROSTOTA

Jedna stawka za rozmowy, w ramach jednej taryfy, bez względu na porę dnia i typ połączeń, to prosty sposób orientowania się w kosztach. Zapewnia wygodę dzwonienia w dowolnie wybranym momencie, zawsze według atrakcyjnej stawki.

OSZCZĘDNOŚĆ

Opłaty naliczane co 30 sekund – to nowy system naliczania opłat, dzięki któremu można prowadzić tańsze, długie rozmowy. Już po pierwszej minucie połączenia, za każde kolejne 30 sekund, naliczana jest połowa stawki. Jeśli Abonent nie wykorzysta pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów, przejdą one do puli w następnym miesiącu, dzięki unikalnej usłudze Kapitał Minut. Jeżeli natomiast pakiet zostanie wykorzystany przed końcem okresu rozliczeniowego, za kolejne połączenia naliczane są niższe stawki niż w pakiecie.

Kolejnym ekonomicznym rozwiązaniem jest bezpłatna poczta głosowa. To standardowa usługa w sieciach komórkowych, ale w ofercie Idea Optima standardem jest również to, że poczta głosowa jest całkowicie bezpłatna – zarówno, kiedy powiadamia o otrzymanych wiadomościach, jak i wówczas, gdy je odsłuchujemy.

KONTROLA WYDATKÓW

Dzięki usłudze Info Optima, Abonenci mogą kontrolować swoje wydatki. Wystarczy wysłać SMS pod numer **333** z komendą: **ILE**, aby w dowolnej chwili otrzymać informację o liczbie minut, jakie pozostały jeszcze do wykorzystania w ramach abonamentu.

IDEALNY ZASIĘG

Abonenci sieci Idea mogą korzystać z idealnego zasięgu – do końca bieżącego roku zasięg obejmie 97% ludności kraju. Swobodę komunikacji za granicą zapewnia możliwość skorzystania z ofert ponad 200. naszych partnerów roamingowych.

NOWE PLANY TARYFOWE IDEA OPTIMA

Wybór jednego z 6. planów taryfowych, zapewnia dokonanie optymalnego wyboru.

Nowa Idea Optima 15

Oferuje najniższą opłatę abonamentową. Stanowi idealną propozycję dla tych, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z telefonem komórkowym, lub dla tych, którzy po prostu rozmawiają niewiele, wykorzystując telefon głównie do odbierania rozmów i wysyłania SMS-ów.

Nowa Idea Optima 30, Nowa Idea Optima 60

Nadają się doskonale dla osób, które na co dzień używają telefonu, zachowując swobodę wyboru pomiędzy rozmową i wysłaniem krótkiej wiadomości tekstowej. Telefon wykorzystują do utrzymywania łączności z najbliższymi bądź znajomymi i często korzystają z SMS-ów.

Nowa Idea Optima 90, Nowa Idea Optima 120

Im wyższy abonament, tym większa swoboda prowadzenia rozmów i atrakcyjniejsza opłata za minutę połączenia. Oba plany taryfowe są optymalne dla osób aktywnych, które pragną mieć możliwość wygodnego utrzymania kontaktów towarzyskich i służbowych.

Nowa Idea Optima 240

Najwyższy plan taryfowy, to komfort korzystania z telefonu bez ograniczeń. Po wyczerpaniu pakietu bezpłatnych minut, Abonent korzysta z najniższej stawki za minutę rozmowy. Ta propozycja skierowana jest do ludzi ceniących swobodę, dla których telefon komórkowy jest jeszcze jednym przedmiotem codziennego użytku. Wybór planu taryfowego Idea Optima 240 oznacza nieprzerwaną łączność oraz łatwość korzystania z szeregu nowoczesnych usług dodatkowych, np. obsługi swojego konta bankowego przez telefon komórkowy.

W każdym z nowych planów taryfowych Idea Optima stosunek wysokości abonamentu, wielkości pakietu oraz stawki za minutę połączenia, stanowi o konkurencyjności oferty. Nowa Idea Optima łączy atrakcyjność cenową z nowatorstwem rozwiązań, oferując usługi niedostępne gdzie indziej.

POWIESZ TO CZY NAPISZESZ?

W nowej ofercie Idea Optima udostępniliśmy, jako pierwsi w Polsce, pakiety głosowo-SMS-owe. Unikalność tych pakietów polega na tym, że mogą one być zużywane wymiennie na rozmowy lub wysyłanie krótkich wiadomości tekstowych. Abonent sam decyduje, w jaki sposób chce wykorzystać swój pakiet bezpłatnych minut i SMS-ów. To prawdziwa swoboda wykorzystania abonamentu: teraz można bezpłatnie zadzwonić albo bezpłatnie wysłać SMS-a, powiedzieć lub napisać.

WYMIANA MINUT NA SMS-y.

W ramach pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów, każda minuta może być zamieniona na 4 SMS-y.

Na przykład:
Abonent posiada plan taryfowy Nowa Idea Optima 30. Przelicznik minuta/SMS wynosi 1:4, zatem po wysłaniu 4 SMS-ów Abonent pomniejsza pakiet o jedną minutę. W ramach całego pakietu Abonent może wykonać 30 minut rozmów lub wysłać 120 SMS-ów. Może on również wykorzystać pakiet w dowolnych proporcjach, np.:

- 15 minut i 60 SMS-ów
- 22 minuty i 32 SMS-y
- 28,5 minuty i 6 SMS-ów

Abonent nie musi deklarować z góry, jaką część pakietu chce przeznaczyć na wysyłanie wiadomości tekstowych, a ile na rozmowy. Do pakietu zaliczane są kolejno wszystkie SMS-y i połączenia, wykonane od początku okresu rozliczeniowego. Po przekroczeniu pakietu we wszystkich planach taryfowych obowiązuje jedna stawka za SMS – 0,24 PLN netto.

Numery, nie objęte pakietem, są wyszczególnione w cenniku usług, w tabeli „Opłaty za połączenia z numerami specjalnymi".

USŁUGI DOSTĘPNE W NOWEJ OFERCIE IDEA OPTIMA

W nowych planach taryfowych oferowane będą usługi dodane, dostępne w dotychczasowej ofercie Idea Optima. Wyjątek stanowią usługi:

- Dwa Razy Dłużej,
- Co Druga Minuta Gratis (zastąpiona przez taryfikowanie rozmów co 30 sekund po pierwszej minucie),
- SMS Taryfa Malejąca (obecnie możliwe jest wysyłanie bezpłatnych SMS-ów w ramach abonamentu),
- Pakiet Info Optima Telekontakt (obecnie Klienci mogą korzystać z tańszej usługi Info Optima SMS, uzyskując bieżącą informację o wykorzystaniu pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów).



WYKAZ OPŁAT ZA POŁĄCZENIA W OFERCIE IDEA OPTIMA

OBOWIĄZUJE OD 05.11.2001

Okres rozliczeniowy: JEDEN MIESIĄC

Plan taryfowy	Nowa Idea Optima 15	Nowa Idea Optima 30	Nowa Idea Optima 60	Nowa Idea Optima 90	Nowa Idea Optima 120	Nowa Idea Optima 240
Abonament miesięczny[1]	29,99	39,99	71,99	89,99	114,99	199,99
Pakiet bezpłatnych minut i SMS-ów do wymiennego wykorzystania w ramach abonamentu						
Liczba bezpłatnych minut w pakiecie[2] *lub* Liczba bezpłatnych SMS-ów w pakiecie[2]	15 *lub* 60	30 *lub* 120	60 *lub* 240	90 *lub* 360	120 *lub* 480	240 *lub* 960
Opłata za minutę połączenia, po przekroczeniu pakietu bezpłatnych minut połączeń do wszystkich krajowych operatorów[3]	1,65	1,35	1,15	0,90	0,80	0,70
Opłata za wysłanie pojedynczego SMS-a, po przekroczeniu pakietu bezpłatnych minut połączeń	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24
Kapitał Minut[4] (przechodzenie niewykorzystanych, bezpłatnych minut połączeń bądź SMS-ów do pakietu w następnym miesiącu)	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne
Połączenia z pocztą głosową (numer *501)	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne
Połączenia międzynarodowe[5]	1,65 + stawka TP S.A.	1,35 + stawka TP S.A.	1,15 + stawka TP S.A.	0,90 + stawka TP S.A.	0,80 + stawka TP S.A.	0,70 + stawka TP S.A.

Do podanych cen (PLN) należy doliczyć podatek VAT w wysokości 22%.

Opłata za włączenie do sieci (aktywacja) bez promocji wiąże się z opłatą aktywacyjną w wysokości 300,00 PLN + 22%VAT, naliczaną w fakturze za usługi telekomunikacyjne w sieci Idea.

1) Abonament obejmuje opłatę za możliwość realizowania połączeń radiotelefonicznych, pakiet bezpłatnych minut i SMS-ów oraz standardowy pakiet usług dodanych. Abonament jest płatny z góry.
2) Pakiety bezpłatnych minut i SMS-ów (krótkich wiadomości tekstowych) obejmują od 15 do 240 minut połączeń lub od 60 do 960 SMS-ów (w zależności od planu taryfowego) i mogą być wykorzystywane w ten sposób, że wysyłanie SMS-ów zmniejsza liczbę dostępnych minut połączeń w ramach pakietu, a liczba wykorzystanych minut, w ramach pakietu bezpłatnych minut, pomniejsza liczbę możliwych do wysłania bezpłatnych SMS-ów. Pakiet zawiera możliwość automatycznej zamiany minut na SMS-y. Każda minuta z bezpłatnego pakietu jest pomniejszona o 1/4 w wyniku wysłanego SMS-a. Oznacza to, iż na każdą bezpłatną minutę połączenia w ramach planu taryfowego, możliwe jest wysłanie maksymalnie do czterech SMS-ów, np. 4 wysłane SMS-y pomniejszają o 1 minutę pakiet bezpłatnych minut połączeń i SMS-ów. Pakiet bezpłatnych minut i SMS-ów dotyczy połączeń (typu głosowego, transmisji danych i faksów) i przekierowania do Abonentów wszystkich krajowych operatorów z wyłączeniem połączeń z numerami bezpłatnymi i specjalnymi. Połączenia (*501) i przekierowania na pocztę głosową nie są zaliczane do pakietu bezpłatnych minut połączeń. Wielkość bezpłatnego pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów jest automatycznie pomniejszana w wyniku wysyłanych SMS-ów. Wykaz usług nie wliczonych do pakietu, określa tabela „Opłaty za połączenia z numerami specjalnymi", ujęta w niniejszym Cenniku. W przypadku połączeń międzynarodowych, pakiet nie obejmuje opłat rozliczanych wg taryfy TP S.A. W ramach pakietu, po pierwszej minucie połączenia, pakiet pomniejszany jest co 30 sekund połączenia.
3) Podana stawka prezentuje opłatę za pełną minutę połączenia. Po pierwszej minucie połączenia, za każde rozpoczęte 30 sekund połączenia, naliczana jest połowa opłaty.
4) Kapitał Minut jest usługą bezpłatną i oznacza, że niewykorzystane minuty połączeń zostaną udostępnione w następnym okresie rozliczeniowym, po uprzednim wykorzystaniu pakietu bezpłatnych minut połączeń, przypadających na aktualny okres rozliczeniowy. W kolejnym okresie rozliczeniowym możliwe jest wysyłanie bezpłatnych SMS-ów w ramach niewykorzystanego pakietu minut połączeń, zgodnie z zasadą, opisaną w przypisie nr 2. Jeżeli na koniec okresu rozliczeniowego w pakiecie bezpłatnych minut i SMS-ów pozostanie niepełna minuta połączenia, wówczas przy przenoszeniu na następny okres, zostanie ona zaokrąglona w górę z dokładnością do pół minuty.
5) Dodatkowo za połączenia międzynarodowe pobierana jest opłata TP S.A. Cena połączenia międzynarodowego zależy od zaszeregowania kraju przez TP S.A. do odpowiedniej strefy taryfowej.

Połączenia z numerami 0-70 i 0-80 są zablokowane.

Nowe rozwiązania w ofercie Idea Optima – mechanizm wymiany minut na SMS-y oraz taryfikacja rozmów co 30 sekund – stały się przyczyną modyfikacji usługi Kapitał Minut. Teraz, usługa ta dodatkowo „pomnaża" minuty, przenoszone na kolejny miesiąc.

Przebiega to następująco: jeśli na koniec danego okresu rozliczeniowego pozostanie niewykorzystana niepełna minuta, to przy przejściu na kolejny miesiąc ulega ona zawsze zaokrągleniu w górę. Zaokrąglenie następuje w górę do 0,5 minuty lub do pełnej minuty.

Na przykład:

- w pakiecie pozostało 15 sekund (równowartość jednego SMS-a) – na kolejny miesiąc przechodzi 0,5 minuty czyli 2 SMS-y.
- w pakiecie pozostało 5 minut i 45 sekund (równowartość 23 SMS-ów) – na kolejny miesiąc przechodzi 6 minut czyli 24 SMS-y.

Abonent może mieć pewność, że rozliczenie niewykorzystanych, bezpłatnych minut i SMS-ów następuje nie tylko z największą dokładnością, ale też zgodnie z zasadą: „zawsze na korzyść Klienta".

OPŁATY ZWIĄZANE Z KORZYSTANIEM Z USŁUGI PAKIET SMS[1)]

OBOWIĄZUJE OD 05.11.2001.
Okres rozliczeniowy: JEDEN MIESIĄC

Nazwa Pakietu	Liczba SMS-ów zawartych w pakiecie	Cena SMS-a w pakiecie	Koszt jednego SMS-a po przekroczeniu Pakietu SMS i wyczerpaniu pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów	Cena Pakietu – abonament miesięczny[2)]
Pakiet SMS 50	50	0,23	0,23	11,50
Pakiet SMS 100	100	0,22	0,22	22,00
Pakiet SMS 250	250	0,20	0,20	50, 00

Do podanych cen (PLN) należy doliczyć podatek VAT w wysokości 22%.

1) W ramach usługi Pakiet SMS, wysyłane SMS-y są w pierwszej kolejności zaliczane do Pakietu SMS, a po jego wyczerpaniu są rozliczane w ramach pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów. Po wyczerpaniu pakietu bezpłatnych minut i SMS-ów, kolejne SMS-y naliczane są według stawki, wynikającej z Pakietu SMS.Usługa Pakiet SMS nie dotyczy Serwisów Informacyjnych TELEPRESS (numer 777), które są objęte oddzielną opłatą abonamentową oraz nie dotyczy SMS-ów specjalnych (np. numery 7000-7999). W celu aktywowania wybranego Pakietu SMS, należy skontaktować się z BOK pod nr tel. *22.

2) Aktywacja usługi Pakiet SMS następuje na drugi dzień po zamówieniu usługi. Wartość abonamentu miesięcznego oraz liczba SMS-ów, zawartych w pakiecie jest proporcjonalna do okresu pomiędzy aktywacją usługi, a zakończeniem okresu rozliczeniowego dla danego Abonenta.

Zgłoszenie modyfikacji lub deaktywacji usługi Pakiet SMS skutkuje na ostatni dzień danego okresu rozliczeniowego.

Modyfikacji, w stosunku do dotychczasowej oferty, uległa także usługa Pakiet SMS. Abonenci mają obecnie wybór spośród trzech Pakietów SMS, zawierających 50, 100 lub 250 SMS-ów. Pakiety SMS 100 i 250 pozwalają na zaspokojenie oczekiwań tych klientów, którzy bardzo intensywnie korzystają z krótkich wiadomości tekstowych. Wprowadzenie Pakietu SMS 50 jest idealną propozycją dla osób, które korzystają z SMS-ów umiarkowanie, ale są przywiązane do wykorzystywania pakietu bezpłatnych minut wyłącznie na połączenia głosowe.


BE&W

Nowa oferta Idea Optima jest dostępna, zarówno dla nowych Klientów, jak i dla obecnych Abonentów naszych sieci. Użytkownicy planów taryfowych: Idea 50/150, Meritum oraz Idea Optima (dostępnych do 04.11.2001), mają możliwość zmiany planu taryfowego na dowolny, nowy w ofercie Idea Optima. Zmiana taka jest możliwa po upływie 6 pełnych okresów rozliczeniowych od daty aktywacji telefonu. W zależności od tego, czy zmiana oferty następuje na plan taryfowy o niższej bądź wyższej liczbie bezpłatnych minut w pakiecie, opłata za zmianę wynosi 49 zł lub 0 zł. Abonenci, których umowy o świadczenie usług, zawarte na czas określony, dobiegły końca, mogą zawsze przejść do nowej oferty bez dodatkowych opłat. Również bezpłatnie można wybrać nowy plan taryfowy Idea Optima w ramach skorzystania z oferty Zostańmy Razem. Nowa oferta Idea Optima jest przeznaczona dla Klientów indywidualnych, mogą z niej także skorzystać firmy. Dotychczasowe plany taryfowe Idea Optima zostały całkowicie zastąpione w sprzedaży przez nową ofertę. Sprzedaż oferty odbywa się we wszystkich punktach sprzedaży bezpośredniej i pośredniej (w Salonach Firmowych PTK Centertel i Salonach Autoryzowanych Przedstawicieli).

Nowe roamingi w Idei

UZBEKISTAN
Coscom
GSM 900
Kod sieci: 434 05
Nazwa sieci: Coscom
Telefony: 180 0000, +998 93 180 0000 (BOK); 09 (informacja krajowa)
Rozmowy krajowe: 2,84 (1,12)
Rozmowy do Polski: 23,91 (23,22)

KENIA
Kencell
GSM 900
Kod sieci: 639 03
Nazwa sieci: KE-KENCELL
Telefony: 700, +254 733 100 700 (BOK)
Rozmowy krajowe: 1,73 (1,55)
Rozmowy do Polski: 11,39 (9,06)
SMS (wychodzący): 0,86

FILIPINY
Nextel Communications
iDEN 800
Kod sieci: 515 88
Nazwa sieci: nextel
Telefony: *22, +632 786 2222 (BOK)
Rozmowy krajowe: 3,13
Rozmowy do Polski: 12,26 (11,77)
SMS (wychodzący): 0,31

Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl).

NOWE taryfy w Idei

Telefony dostępne w ofercie Idea Optima



Nokia 3310 — cena 2 zł

Waga: 133 g
Wysokość: 113 mm
Grubość: 22 mm
Szerokość: 48 mm
Rodzaj baterii: Ni-MH
Pojemność baterii: 900 mAh
Maksymalny czas czuwania: 215 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 270 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Nokia 8210 — cena 49 zł

Waga: 79 g
Wysokość: 101 mm
Grubość: 17 mm
Szerokość: 44 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 650 mAh
Maksymalny czas czuwania: 150 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 120 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Nokia 3330 — cena 49 zł

Waga: 133 g
Wysokość: 113 mm
Grubość: 22 mm
Szerokość: 48 mm
Rodzaj baterii: Ni-MH
Pojemność baterii: 900 mAh
Maksymalny czas czuwania: 215 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 270 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Nokia 6210 — cena 699 zł

Waga: 114 g
Wysokość: 130 mm
Grubość: 19 mm
Szerokość: 47 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 900 mAh
Maksymalny czas czuwania: 270 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 260 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Nokia 8850 — cena 2 299 zł

Waga: 91 g
Wysokość: 100 mm
Grubość: 18 mm
Szerokość: 44 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 650 mAh
Maksymalny czas czuwania: 200 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 150 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Sony CMD-J6 — cena 27 zł

Waga: 82 g
Wysokość: 123 + 21 mm
Grubość: 19 mm
Szerokość: 44 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 640 mAh
Maksymalny czas czuwania: 120 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 360 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Siemens C35i — cena 2 zł

Waga: 110 g
Wysokość: 118 + 15 mm
Grubość: 21 mm
Szerokość: 46 mm
Rodzaj baterii: Ni-MH
Pojemność baterii: 500 mAh
Maksymalny czas czuwania: 180 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 300 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Siemens SL45 — cena 1 499 zł

Waga: 88 g
Wysokość: 104 + 18 mm
Grubość: 17 mm
Szerokość: 45 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 540 mAh
Maksymalny czas czuwania: 170 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 240 min.
Aparat trzyzakresowy 900/1800/1900



Siemens M35i — cena 2 zł

Waga: 130 g
Wysokość: 118 mm
Grubość: 22 mm
Szerokość: 47 mm
Rodzaj baterii: Ni-MH
Pojemność baterii: 500 mAh
Maksymalny czas czuwania: 150 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 280 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Alcatel OT 511 — cena 149 zł

Waga: 75 g
Wysokość: 97 mm
Grubość: 20 mm
Szerokość: 42 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 600 mAh
Maksymalny czas czuwania: 280 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 360 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Ericsson T20e — cena 2 zł

Waga: 128 g
Wysokość: 97 + 25 mm
Grubość: 28 mm
Szerokość: 54 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 1150 mAh
Maksymalny czas czuwania: 200 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 600 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800



Ericsson T29s — cena 249 zł

Waga: 95 g
Wysokość: 95 + 24 mm
Grubość: 20 mm
Szerokość: 49 mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 850 mAh
Maksymalny czas czuwania: 150 godz.
Maksymalny czas rozmowy: 420 min.
Aparat dwuzakresowy 900/1800

IDEA optima

Ceny netto. Szczegóły oferty promocyjnej w punktach sprzedaży Idea

odsłuchujesz
ile chcesz





IDEA

łączy z ludźmi

(z pocztą głosową za darmo)

Teraz odsłuchuj wiadomości nagrane na Twoją pocztę głosową na okrągło – i nie martw się, że minuty lecą. W POPie poczta głosowa jest całkowicie bezpłatna. We wszystkich starych i nowych POPach aktywacja poczty oraz odsłuchiwanie wiadomości nie kosztuje ani grosza! I nie traktuj tego jako prezent na Gwiazdkę. Darmowa poczta głosowa należy Ci się na codzień, nie tylko od święta.



*ceny netto www.idea.pl infolinia: 0 801 234567

koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.



darmowa poczta głosowa!

dla użytkowników pop

W grudniu nowością w POP-ie będzie bezpłatna poczta głosowa. Zostanie ona wprowadzona nie na zasadach promocji, a na stałe, dla wszystkich starych i nowych Użytkowników.

Zalety poczty głosowej można było dotąd ocenić, dzięki czasowej ofercie, umożliwiającej odsłuchiwanie za darmo wiadomości nagranych na skrzynkę. Oferta ta spotkała się z tak pozytywnym przyjęciem, że postanowiono o wprowadzeniu jej do cennika na stałe. Warto podkreślić, że bezpłatna poczta jest dostępna tylko w POP-ie, żadna inna marka „telefonii na kartę" (pre-paid) nie oferuje takiego serwisu gratis.

Poczta głosowa pozwala zostawiać wiadomości osobie, do której dzwonimy, nawet jeśli jej telefon jest wyłączony, rozładowany lub nie odbiera połączenia. Nagranie można odsłuchać przez trzy dni od jego pozostawienia. O nowej wiadomości w skrzynce Użytkownik jest powiadamiany SMS-em, który zawiera informację o tym, ile wiadomości zostało nagranych i ile z nich jest nowych. Dodatkowym elementem, który może zachęcić do pozostawienia wiadomości, jest nagranie własnego powitania. Zatem, jeśli chcemy, by rozmówca wiedział, że dodzwonił się do właściwej osoby, możemy w powitaniu pocztowym przedstawić się, poinformować o powodach nie odbierania telefonu i poprosić o pozostawienie wiadomości. Jeśli nie chcemy nagrywać własnego powitania, nasza poczta, głosem lektora, zrobi to za nas. O zaletach poczty głosowej przekonali się prawie wszyscy Użytkownicy Idei Optimy i jest to jedna z najczęściej wykorzystywanych usług dodanych.

Cena popularności to 49 zł netto!

Od 18 października 2001 r. wejście w posiadanie własnego numeru telefonu komórkowego jest jeszcze łatwiejsze. Aby kupić zestaw StartPOP z nowym numerem w usłudze POP, wystarczy zapłacić teraz jedynie 49 zł netto.

Nowa oferta zestawu StartPOP, to nie tylko najprostszy i zarazem najbardziej atrakcyjny sposób nabycia nowego numeru telefonu komórkowego w sieci Idea. To także możliwość wykorzystania posiadanych aparatów telefonicznych, których ponowna aktywacja w ofercie POP, jest teraz tańsza niż kiedykolwiek.

Zestaw StartPOP w nowej, najniższej cenie, jest najlepszą ofertą spośród zestawów aktywacyjnych pre-paid, dostępnych obecnie na polskim rynku. W zestawie startowym mieszczą się:

* karta SIM z numerem oraz z wartością 10 zł na rozmowy i usługi w sieci Idea,

* karta zdrapka o wartości 5 zł, która umożliwia doładowanie konta, przedłużenie okresu wykonywania połączeń wychodzących do 1 miesiąca.

* wizytownik wraz z dwudziestoma wizytówkami,

* materiały informacyjne na temat usługi POP: przewodnik, instrukcja obsługi, regulamin świadczenia usług, koperta zwrotna wraz z kartą rejestracyjną, koperta zwrotna dla programu Idea Profit, płyta kompaktowa Idea.net.



Oferta POP jest usługą działającą na zasadzie pre-paid, czyli przedpłaty. Można z niej korzystać dzięki karcie SIM, posiadającej określony limit czasu połączeń. Wykupiony limit maleje proporcjonalnie do wykonywanych połączeń.

Pierwszy raz w Polsce i pewnie pierwszy raz na świecie możesz zagrać w grę tak interesującą i o tak rozbudowanej fabule, w której kierujesz swoją postacią przy użyciu telefonu komórkowego i wiadomości SMS.

W ARCHIPELAG gra jednocześnie wiele tysięcy osób, które mają jeden cel, pokonanie WIELKIEGO MAGA. Zwycięzca otrzymuje wspaniałą nagrodę – wycieczkę z osobą towarzyszącą na jedną z wysp kanaryjskich.

Jako gracz możesz wybrać różne drogi do zwycięstwa. Możesz ukryć się w jednym z setek miast i powoli budować swoją potęgę tak, aby w odpowiednim momencie uderzyć i zadać decydujący cios. Możesz wybrać ścieżkę władzy i, jako król, rozwijać swe miasto-państwo, korzystając z pracy jego mieszkańców. Zgromadziwszy odpowiednią ilość środków, będziesz w stanie wpływać na losy świata. Wtedy też możesz zostać magiem i wkroczyć na ścieżkę magii, by jak równy z równym stanąć do pojedynku z WIELKIM MAGIEM i wygrać nagrodę. Dzięki SMS-om, gdziekolwiek jesteś, gra jest zawsze z Tobą i zawsze jesteś w centrum wydarzeń.

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej, odwiedź stronę internetową: http://archipelag.ouh.pl

Archipelag

OPIS PODSTAWOWYCH KOMEND SMS

ROZBUDUJ TOWAR
Zwiększenie zdolności produkcyjnych podanego towaru. Zwiększenie jest zawsze dokonywane o pewną ustaloną z góry ilość (najpierw 1 potem 2, 4, 8 i 16), a cena zależy od ilości i towaru.

? TOWAR
Sprawdzenie ceny rynkowej, ceny zwiększenia zdolności produkcyjnych oraz parametrów produkcji (ile zostanie zużytych materiałów) dla wskazanego towaru.

KUP TOWAR ILE
Kupno wskazanej ilości danego towaru.

SPRZEDAJ TOWAR ILE
Sprzedaż wskazanej ilości danego towaru.

SZPIEG POSTAĆ
Wynajmij szpiega, aby dostać informacje o wskazanej postaci. Koszt 100 dukatów.

!POSTAĆ WIADOMOŚĆ
Wyślij wiadomość do innego gracza.

!MIASTO WIADOMOŚĆ
Wyślij wiadomość do publicznego kanału chat w danym mieście (wyspie). Komenda dostępna tylko dla mieszkańców danego miasta (wyspy).

DAJ POSTAĆ TOWAR ILE
Przekaż innemu graczowi w darze podaną ilość wskazanego towaru.

DAJ POSTAĆ PIENIADZE ILE
Przekaż innemu graczowi w darze podaną ilość dukatów.

DAJ POSTAĆ ZYCIE ILE
Przekaż innemu graczowi w darze podaną ilość punktów życia.

DAJ POSTAĆ SMS ILE
Przekaż innemu graczowi w darze podaną ilość punktów wiadomości.

UZYJ
Wyświetla listę akcji, które może użyć dany gracz.

UZYJ POSTAĆ AKCJA
Użyj wskazanej akcji wobec innego gracza. Koszt wykonania tej komendy jest zależny od wybranej akcji.

? AKCJA
Sprawdź koszt wykonania wskazanej akcji.

ODKRYJ
Wyświetla listę odkryć, których gracz może dokonać w danym momencie.

ODKRYJ ODKRYCIE
Dokonaj wskazanego odkrycia. Koszt dokonania odkrycia jest zależny od rodzaju odkrycia.

? ODKRYCIE
Sprawdź koszt dokonania wskazanego odkrycia.

WYBORY
Rozpoczęcie wyborów. Tę komendę musimy wysłać pod numer 7569. Jeśli wyślemy ją pod numer 1169, otrzymamy informację czy w danym momencie można przeprowadzić wybory (dopuszczany jest tylko jeden quiz lub wybory w danym mieście, o danej godzinie).

BUDUJ
Rozpoczęcie quizu w sprawie budowy nowego miasta. Tę komendę musimy wysłać pod numer 7569. Jeśli wyślemy ją pod numer 1169, otrzymamy informację czy w danym momencie można przeprowadzić quiz (dopuszczany jest tylko jeden quiz lub wybory w danym mieście, o danej godzinie).

ZYCIE
Jeśli wyślemy tę komendę pod numer 7069, otrzymamy 100 punktów życia. Jeśli wyślemy pod numer 7569, otrzymamy 2000 punktów życia.

SMS
Jeśli wyślemy tę komendę pod numer 7069, otrzymamy 4 punkty wiadomości. Jeśli wyślemy pod numer 7569, otrzymamy 60 punktów wiadomości.

INFO
Pobranie aktualnego statusu gracza (pieniądze, punkty życia, punkty wiadomości, posiadane towary, poziom produkcji...).

ZAPISZ MIASTO
Zapisz się do publicznego kanału chat w Twoim mieście (lub wyspie). Otrzymanie wiadomości z publicznego kanału chat kosztuje jeden punkt wiadomości. MIASTO musi być nazwą miasta (lub wyspy), w którym mieszkasz.

WYPISZ MIASTO
Wypisz się z publicznego kanału chat w Twoim mieście (lub wyspie).

PODATKI ILE
Ustaw stawkę podatku dochodowego (domyślnie 15%), jaki mają Ci płacić Twoi poddani.

PRZEPROWADZKA MIASTO
Przeprowadź się do innego miasta (wykonanie komendy kosztuje 1000 dukatów).

OBJAŚNIENIA

Wszystkie komendy wysyłamy pod numer **1169**, chyba że w opisie jest powiedziane inaczej.

Kolorem niebieskim podany jest tekst, który należy podać w SMS-ie.

Czerwonym kolorem zaznaczone są te elementy komendy, gdzie trzeba wpisać konkretne nazwy lub wartości, tak jak to objaśniono dalej.

Na przykład, jeśli komenda ma postać:
DAJ POSTAĆ PIENIADZE ILE
to wiadomość SMS może mieć treść:
DAJ POGROMCA PIENIADZE 1200
Taka komenda spowoduje przekazanie przez gracza 1200 dukatów postaci o identyfikatorze POGROMCA.

LEGENDA

TOWAR – nazwa towaru, którego dotyczy komenda.

ILE – ilość towaru (np. do sprzedaży lub kupna), której dotyczy komenda.

POSTAĆ – identyfikator postaci, której dotyczy komenda (np. do której chcemy wysłać wiadomość).

WIADOMOŚĆ – treść wiadomości, która ma być wysłana.

MIASTO – nazwa miasta (lub wyspy), której dotyczy komenda.

AKCJA – nazwa akcji, którą chcemy zastosować lub o którą chcemy się spytać.

ODKRYCIE – nazwa odkrycia, którego chcemy dokonać lub o które chcemy się spytać.

ZASADY GRY

▲ ROZPOCZĘCIE GRY

Aby rozpocząć grę, musisz wysłać pod numer 7569 SMS o treści:

A

Następnie otrzymasz SMS z prośbą o podanie Twojego pseudonimu. Swój pseudonim wyślesz pod numer 1169 komendą:

IMIE IDENT

(gdzie w miejsce IDENT wpisz wybrany przez Ciebie pseudonim)

Twoja postać jest umieszczana w jednym z kilkuset miast świata archipelagu.

Zarejestrować się można także na stronie internetowej: http://archipelag.ouh.pl

▲ ŚWIAT GRY

Świat archipelagu podzielony jest na 69 wysp rządzonych przez magów. Na każdej z wysp znajduje się kilka miast państw. Każde miasto ma swojego króla.

Gracz zaczyna jako mieszkaniec miasta. W wyniku prowadzonych działań może założyć własne miasto, aby zostać królem. Może też przeprowadzić wybory i zająć miejsce aktualnego władcy. Królowie w podobny sposób mogą awansować do pozycji maga i przejmować władzę na całych wyspach.

W świecie gry żyją różne postaci. Część z nich jest kierowana przez innych graczy, takich jak Ty, część postaci jest sterowana przez komputer. Każda postać ma swój unikalny pseudonim, który jest wykorzystywany do komunikowania się z postacią, przekazywania jej darów, itd.

Każda postać ma pewną ilość pieniędzy (obowiązującą walutą są dukaty) i punktów życia. Punkty życia są bardzo ważne. Zużywa się je w trakcie gry (jeden punkt w jednej turze) oraz wykonując czary. Punkty życia można też stracić w wyniku ataku innych postaci lub np. w wyniku dużego mrozu.

Postać, która nie ma punktów życia jest martwa (do czasu aż uzyska nowe punkty życia i ożyje).

▲ CEL GRY

Główną postacią gry jest Wielki Mag (pseudonim WIELKIMAG). Celem gry jest pokonanie Wielkiego Maga, czyli pozbawienie go punktów życia. Zwycięża ten, kto zada ostatni „cios", w wyniku którego Wielki Mag straci swoje ostatnie punkty życia.

Nagroda dla zwycięzcy jest
WYCIECZKA Z OSOBĄ TOWARZYSZĄCĄ NA JEDNĄ Z WYSP KANARYJSKICH

Z Wielkim Magiem można robić wszystko to, co z każdą inną postacią. Można go atakować, można z nim rozmawiać, można mu przekazywać dary i można nasyłać na niego szpiegów. Wszelkie komendy dotyczące Wielkiego Maga muszą być wysłane pod numer 7069. Jeśli natomiast chcesz porozmawiać z Wielkim Magiem, musisz wysłać odpowiednią komendę pod numer 7569.

▲ JAK GRAĆ

Gra trwa 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, do czasu aż ktoś pokona Wielkiego Maga i zdobędzie nagrodę.

Sterować swoją postacią można przy użyciu wymienionych obok komend SMS, a także na stronie internetowej http://archipelag.ouh.pl

Bardzo przydatne jest zaprenumerowanie gazetki e-mailowej. Jest ona wysyłana do gracza codziennie i zawiera wszystkie jego aktualne dane oraz listę wszystkich zdarzeń, jakie miały miejsce w danym dniu i dotyczyły gracza. W gazetce znajdują się także informacje o różnych wydarzeniach i nowościach, dzięki którym szansa wygranej będzie zdecydowanie większa.

Aby zaprenumerować gazetkę e-mailową, należy wysłać pod numer 1169 SMS o treści:

EMAIL TWÓJ E-MAIL

(gdzie TWÓJ E-MAIL jest Twoim adresem poczty elektronicznej)

Jeśli chcesz przestać dostawać gazetkę, wyślij pod numer 1169 SMS o treści EMAIL (bez podanego adresu).

▲ KOMUNIKACJA

Gracze mogą się porozumiewać wysyłając do siebie SMS-y i korzystając z kanałów chat. Wszyscy mieszkańcy danego miasta lub wyspy mogą korzystać z tzw. Publicznego kanału chat (muszą jednak wykupić wcześniej punkty wiadomości).

▲ ROZWÓJ I WALKA

Gracz może atakować inne postacie korzystając z dostępnych mu akcji. Akcje zdobywa dokonując kolejnych odkryć. Użycie każdej akcji kosztuje pewną ilość pieniędzy i punktów życia, ale też wyrządza zaatakowanemu odpowiednio większe szkody. Gracz, który pokona inną postać (tak, jak pokonuje się Wielkiego Maga), zabiera jej cały dobytek (pieniądze, towary). Pokonując innych królów lub magów, można przejąć władzę w ich miastach i wyspach, zwiększając swoje dochody z podatków.

▲ PRODUKCJA I HANDEL

Podstawowym źródłem dochodów każdej postaci jest produkcja i handel. Na każdym poziomie (mieszkaniec, król, mag) masz do wyboru 3 towary. Możesz je kupować, sprzedawać i produkować. Produkcja odbywa się na końcu każdej tury (patrz dalej). Liczba wyprodukowanych towarów zależy od Twoich zdolności produkcyjnych oraz od dostępności materiałów do produkcji. Na poszczególnych poziomach mają do dyspozycji:

- Mieszkaniec miasta: **KANAPKI** (aby wyprodukować 1, trzeba zużyć 5 dukatów), **KOSZYKI** (5 dukatów + 2 kanapki), **GARNKI** (5 dukatów + 2 kanapki + 1 koszyk).
- Król: **DREWNO** (aby wyprodukować 1, trzeba zużyć 5 dukatów), **FURMANKI** (5 dukatów + 2 drewna), **ŻELAZO** (5 dukatów + 4 drewna + 1 furmankę).
- Mag: **ELIKSIR** (aby wyprodukować 1, trzeba zużyć 5 dukatów), **KULA** (50 dukatów + 2 eliksiry), **PIERŚCIEN** (50 dukatów + 4 eliksiry + 1 kulę).

▲ POLITYKA

Podstawowe elementy działalności politycznej wiążą się z przechodzeniem na wyższy poziom. Możesz zbudować własne miasto lub pokonać w wyborach rządzącego króla. W jednym i drugim przypadku musisz mieć jednak poparcie innych postaci mieszkających w Twoim mieście. Podobnie jest, gdy będąc już królem, organizujesz wybory, aby zająć stanowisko maga.

Aby zyskać przychylność innych, możesz przekazywać im różne dary, bronić ich przed wrogami itd.

▲ PRZEBIEG GRY – TURY

Gra odbywa się w turach. Na końcu każdej tury produkowane są wszystkie towary, pobierany jest podatek i odsetki (jeśli zaciągnąłeś kredyt w banku). Jeśli nie starczy Ci pieniędzy na zapłacenie podatku i odsetek, to bankrutujesz (tracisz wszystkie punkty życia). Jedna tura trwa jeden dzień. Możesz jednak przyspieszyć upływ czasu. Jeśli wyślesz pod numer 7069 SMS o treści **TURA**, dla Twojej postaci odbędzie się jedna dodatkowa tura (tak, jakbyś miał jeden dzień więcej niż inni gracze). Jeśli wyślesz SMS o treści **TURA** pod numer 7569, odbędzie się aż 15 dodatkowych tur.

▲ CENY WIADOMOŚCI SMS

Numer 7569 – 5 zł + VAT.
Numer 7069 – 50 gr + VAT.
Numer 1169 – według taryfy PTK Centertel.

W sierpniu 2001 r., PTK Centertel i firma AutoGuard&Insurance z grupy Zasada S.A. podpisały umowę o wzajemnej współpracy w świadczeniu usług aktywnego satelitarnego systemu zabezpieczania pojazdów.

AUTOGUARD

Czym jest AutoGuard?

AutoGuard to przedstawiciel najskuteczniejszego obecnie systemu satelitarnego śledzenia pojazdów wraz z pełnym pakietem ubezpieczeniowym.

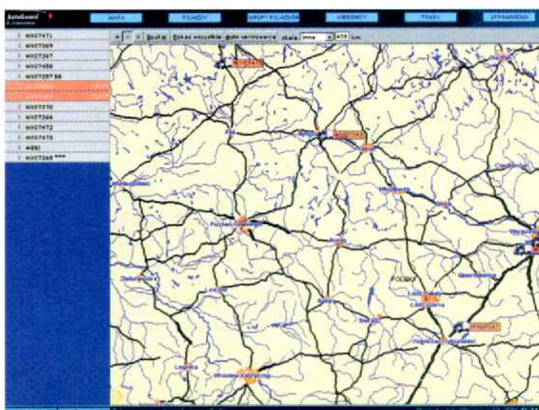
AutoGuard wykorzystuje 24 satelity Navstar, krążące wokół Ziemi po sześciu orbitach (Global Position System – GPS), oraz naziemną sieć cyfrowej telefonii komórkowej IDEA (GSM 900 MHz i 1800 MHz). Takie zestawienie, w połączeniu z alarmem i immobilizerem, stanowi obecnie najskuteczniejsze zabezpieczenie pojazdu.

Ogólnopolski System Monitorowania Pojazdów AutoGuard prowadzi całodobowe centrum dozoru, ściśle współpracujące z lokalnymi służbami interwencyjnymi. Gwarantuje to szybką reakcję w przypadku zagrożenia.

AutoGuard ma wsparcie ze strony Policji na terenie całego kraju. Systemowi przyznano znak bezpieczeństwa „B" oraz ocenę skuteczności w klasie profesjonalnej wydaną przez PIMOT.

AutoGuard stanowi nie tylko najlepszy sposób odzyskiwania skradzionych pojazdów, a także stwarza możliwości innych zastosowań. Umożliwia w szczególności:

- ochronę i monitoring samochodów osobowych, ciężarowych i ładunków przed kradzieżą,
- kontrolę pracy kierowców z możliwością rozliczania kosztów,
- zarządzanie pojazdami specjalnymi,
- sprawną obsługę w zakresie ubezpieczenia i likwidacji szkód.



Zalety systemu AutoGard

- Gwarancja poprawy bezpieczeństwa kierowcy i pasażerów oraz zmniejszenie ryzyka kradzieży pojazdu.
- Wraz z aktywnym systemem zabezpieczenia pojazdu klient otrzymuje pełny pakiet ubezpieczenia na preferencyjnych warunkach.
- Możliwość zakupu AutoGuard wraz z pakietem ubezpieczeniowym w ratach.
- W przypadku zaistnienia szkody, gwarantowana jest wypłata odszkodowania w ciągu 14 dni od złożenia dokumentów.

Jak działa AutoGuard?

Dzięki małym rozmiarom, moduł AutoGuard może być umieszczony w jednym z kilkudziesięciu miejsc w samochodzie. Dodatkowo jest on podłączony do kilku linii układu blokującego pojazd, np. do imobilizera czy przycisku antynapadowego. Każdorazowe naruszenie jednej z wymienionych linii sygnalizuje, za pomocą SMS, alarm w centrum operacyjnym. Każda sygnalizacja zawiera bardzo szczegółowe informacje. Np. rodzaj alarmu, pozycję pojazdu z dokładnością od 5-15 m, kierunek i prędkość jazdy. Satelitarna kontrola AutoGuard stwarza możliwość pełnej kontroli nad pojazdem, łącznie z uruchomieniem procedury zatrzymania i zabezpieczenia pojazdu.

Cennik urządzenia, montażu i opłat abonamentowych za korzystanie z usługi aktywnego satelitarnego systemu zabezpieczania pojazdu

Urządzenie: AUTOGUARD-S1		1999	1500	999	300
Montaż urządzeń w pojeździe (SUGEROWANA CENA)		600			
Opłata aktywacyjna		130			
Abonament A ZIELONY	Abonament zaiwera usługę monitorowania oraz interwencję świadzoną na bazie załug interwencyjnych i policji na terenie całego kraju	159	179	219	269
Abonament B ŻÓŁTY	Abonament zaiwera usługę monitorowania, polegającą na odbieraniu i weryfikowaniu sygnałów alarmowych z pojazdu objętego ochroną oraz przekazywaniu ich najbliższym posterunkom Policji celem zgłoszenia potrzeby interwencji	120	139	179	229
Abonament C CZERWONY	Abonament zawiera usługę monitorowania, polegającą na odbieraniu sygnałów alarmowych z pojazdu objętego ochroną oraz przekazywaniu ich osobie wskazanej przez abonenta	80	99	139	189

W kwietniu 1999 roku, w Europie wysłano miliard SMS-ów, ale już w grudniu 2000 ich liczba wzrosła do 15 miliardów. Polscy użytkownicy telefonii komórkowej w ubiegłym roku wysłali 45 milionów SMS, a w pierwszym półroczu 2001 podwoili swą aktywność, wysyłając ok. 100 milionów wiadomości tekstowych.


BE&W

Błyskotliwa kariera SMS

ARTUR STRYCHALSKI

Nie sposób nie zastanawiać się, czym jest ten najdynamiczniej rozwijający się sposób komunikacji współczesnego społeczeństwa.

Na początku było słowo

Krótkie wiadomości tekstowe, zwane z angielskiego SMS (Short Message Service), to usługi pozwalające na wysyłanie i otrzymywanie wiadomości tekstowych, przy użyciu telefonów komórkowych GSM. Treść wiadomości może zawierać słowa, liczby, bądź dowolną kombinację znaków alfanumerycznych. SMS-y powstały jako standard sieci GSM.

Pierwszą wiadomość wysłano w roku 1992, z komputera osobistego do użytkownika telefonii komórkowej sieci Vodafone, w Wielkiej Brytanii. Zgodnie ze standardem GSM, każdy telefon umożliwia wysyłanie wiadomości, zawierających do 160. znaków alfabetu łacińskiego lub 70 znaków w przypadku zastosowania innego alfabetu, takiego jak arabski czy chiński.

Początkowo SMS-y wykorzystywane były przez sieci komórkowe do powiadamiania abonentów o pozostawionych wiadomościach w poczcie głosowej. Równocześnie wprowadzono możliwość wysyłania wiadomości z telefonów komórkowych. Usługa ta spowodowała niewielki wzrost ruchu SMS-owego w sieci. Nic wtedy nie zapowiadało rewolucji komunikacyjnej, która miała miejsce po udostępnieniu możliwości wysyłania SMS-ów użytkownikom usług telefonii komórkowej, opartych na zasadach przedpłaty (pre-paid). Młodzież jako pierwsza zaadoptowała usługę i uczyniła z niej kultowy sposób komunikacji. Każde pokolenie, w swojej buntowniczej postawie wobec świata, w pogoni za odrębnością, poszukuje własnych sposobów porozumiewania się, niedostępnych dla innych. Paradoksalnie SMS-y, tak trudne i niewygodne w użyciu, idealnie spełniały wymagania. Dyskretne w użyciu, zapewniały bogate możliwości realizacji młodzieńczej fantazji, a bariera technologiczna gwarantowała, iż nikt z dorosłych – ani rodzice ani nauczyciele – nie staną się pasjonatami tego sposobu komunikacji. Młodzi użytkownicy, wygimnastykowanymi na grach komputerowych, bez najmniejszych problemów odnajdują właściwe znaki na miniaturowych klawiaturach telefonów, a przesyłane SMS-y zawierają nie tylko wymieniane informacje, ale i w zabawny sposób pokazują indywidualny styl nadawcy. Specyfika usługi stała się podstawą budowy wewnętrznego języka młodzieżowej komunikacji, nieczytelnej dla osób spoza subkultury.

Dzisiaj słowo warte jest tyle, co pieniądze

Na tym jednak nie kończą się możliwości SMS. Wiadomości tekstowe łatwo dały się wykorzystać do przesyłania informacji, które nie wymagają natychmiastowej uwagi, czy bezpośredniej reakcji adresata, więc bez szkody dla użytkownika mogą czekać na odczytanie. W ten sposób rozwinęła się grupa usług informacyjnych, począwszy od informacji o pogodzie, wiadomości dnia, po informacje giełdowe czy bankowe. Korzystanie z tych usług nie wymaga niczego innego, jak wysłania odpowiedniego SMS-a, obciążonego odpowiednią opłatą. Kolejną falą wzrostu zainteresowania SMS-ami, było ich wykorzystanie w różnego rodzaju popularnych programach telewizyjnych, jak chociażby Big Brother. SMS-y stały się prostym sposobem utrzymania kontaktu z bohaterami programu, wpływania na dalszy rozwój sytuacji poprzez możliwość oddawania głosów w kolejnych nominacjach. Dzisiaj, przy użyciu SMS-ów można nie tylko przesłać dyskretną wiadomość bliskiej osobie, ale wysłać e-mail, a nawet kartkę pocztową, kwiaty czy czekoladki z okazji Dnia Matki, zapłacić za parking w Warszawie, lub skorzystać z usług bankowych. Zamiast kupować gazetę w kiosku, można zamówić SMS-em i tą samą drogą otrzymać najnowsze informacje o wydarzeniach w Afganistanie.

W przyszłości słowo stanie się obrazem

Dziś, w każdej sekundzie na świecie, wysyłane jest blisko 6,5 tysięcy SMS-ów, a przed nami cała przyszłość rozwoju tego rynku. Producenci telefonów obiecują w najbliższym czasie wzbogacenie SMS-ów (EMS – Enhanced Messaging Service), pozwalające na przesyłanie kombinacji tekstu i prostych melodii, obrazków, dźwięków czy animacji. Wariantów wykorzystania tych możliwości jest wiele, np. gdy na wyświetlaczu telefonu pojawia się znak zapytania, jednocześnie może być odtwarzana melodia, prosty animowany obraz może być wyświetlany przy jednoczesnym zastosowaniu efektów dźwiękowych lub tekstowych. Zapowiedzią tego rodzaju opcji są dostępne dzisiaj poprzez Internet usługi, pozwalające na ładowanie do telefonów różnego rodzaju melodyjek, logo czy innych obrazków.

Ale to jeszcze nie koniec. W dalszej fazie rozwoju możliwe będzie przesyłanie zdjęć, skomplikowanych obrazów, a także krótkich zapisów wideofonicznych. Takie możliwości przewidują usługi multimedialnych wiadomości (MMS – Multimedia Messaging Service). Zastosowanie obrazu pozwoli jeszcze silniej wzmocnić emocjonalny charakter przekazu telefonicznego. Wymagają one jednak nie tylko wprowadzenia nowego rodzaju telefonów, ale także zupełnie nowych rozwiązań w infrastrukturze sieci komórkowych. Przyjdzie nam więc poczekać parę lat, zanim na wyświetlaczu naszego telefonu ujrzymy twarz przyjaciela, przekazującego pozdrowienia z wycieczki do egzotycznego kraju.

NOWE APARATY w Idei

TOMASZ LESIAK

ERICSSON T29s

Ericsson T29s, kontynuacja modelu T28s, to nowoczesny aparat dwuzakresowy. Aparat ten cechują: ciekawa stylistyka i duża funkcjonalność. W zestawie funkcji aparatu znaleźć można, m.in.: obsługę wiadomości w standardzie EMS, głosowe wybieranie numerów, alarm wibracyjny, przeglądarkę WAP oraz zegar z budzikiem.

Kolejnymi zaletami telefonu są małe wymiary i waga telefonu oraz długi czas działania. Ponadto, aparat wyposażony jest w modem wewnętrzny, który umożliwia dostęp do usługi Data w sieci Idea.

Ericsson T29s ma także wbudowaną przeglądarkę WAP, wspierającą bezpieczne połączenia WTLS.



PARAMETRY

Waga	95 g
Wysokość	95 + 24 mm
Grubość	20 mm
Szerokość	49 mm
Rodzaj baterii	Li-Ion
Pojemność baterii	850m Ah
Czas czuwania	150 godz.
Czas rozmowy	420 min

CECHY

Aparat dwuzakresowy 900/1800
WAP (+ WTLS)
Alarm wibracyjny
Zegar i budzik
Małe wymiary
Atrakcyjny wygląd
Głosowe wybieranie numerów
Profile użytkownika
Gry
Klapka (ustawienie aktywna/nieaktywna)
Szablony SMS
Automatyczne blokowanie klawiatury

WYSŁANIE SMS-A

Menu główne (strzałka w prawo) ➔ Podmenu „Wiadomości" ➔ Opcja „Wyślij nową" ➔ potwierdzić „Yes" ➔ Wpisać treść wiadomości ➔ Po zakończeniu wpisywania, potwierdzić „Yes" ➔ Podać numer lub wybrać z książki telefonicznej (strzałką w lewo) ➔ Potwierdzić „Yes"

ALCATEL OT511

Alcatel OT 511 jest nowoczesnym aparatem dwuzakresowym, z wbudowaną anteną.

Bardzo małe wymiary i waga oraz bogactwo funkcji tego aparatu, dają pewność wygody użytkowania. Spośród dostępnych funkcji, na uwagę zasługują: alarm wibracyjny, zegar z budzikiem, przeglądarka WAP, obsługa EMS (grafiki i dźwięki oraz animacje). Zgodnie z tradycją producenta, podstawowym klawiszem w telefonie jest manipulator, umieszczony centralnie. Aparat pozwala zdefiniować zdarzenia, z określeniem daty ich aktywowania, co jest szczególnie przydatne osobom zapominającym o cyklicznych rocznicach, uroczystościach, spotkaniach lub innych powiadomieniach. Zdarzenie może być opatrzone SMS-em, który zostanie wysłany w czasie zdefiniowanym w zdarzeniu.

Standard EMS – wspierany przez ten model – umożliwia wymianę wiadomości, wzbogaconych o elementy graficzne, dźwiękowe i animacje. Natomiast wbudowany w Alcatel OT511 słownik ZI, przyśpiesza wpisywanie SMS-ów oraz umożliwia dopisanie własnych słów przez Użytkownika.



PARAMETRY

Waga	75 g
Wysokość	97 mm
Grubość	20 mm
Szerokość	42 mm
Rodzaj baterii	Li-Ion
Pojemność baterii	600 mAh
Czas czuwania	280 godz.
Czas rozmowy	360 min

CECHY

Aparat dwuzakresowy 900/1800
WAP, EMS
Polski słownik ZI (odpowiednik T9)
Bardzo małe wymiary i waga
Długi czas działania
Alarm wibracyjny
Zegarek i budzik
Alarmy i zdarzenia z załącznikami

WYSŁANIE SMS-A

Klawisz OK ➔ Wcisnąć „Menu" ➔ Wybrać „Wiadomości" ➔ Wybrać opcję „napisz" ➔ Wybrać „nowe" ➔ Wpisać tekst wiadomości ➔ Po zakończeniu wpisywania należy nacisnąć OK ➔ Wybrać „Wyślij do" ➔ Wybrać z książki telefonicznej lub, po wybraniu pierwszego wpisu, zmienić numer na inny ➔ Potwierdzić OK ➔ Pytanie: „Wysłać?" należy potwierdzić OK

Prezentowane telefony na zdjęciach w skali 1:1.

NOWE taryfy w Idei

dostrajamy się do Twoich potrzeb



Nokia 3310
2zł
netto

Powiesz to czy napiszesz?

IDEA
optima

optymalny wybór, niskie rachunki

Nowość!
W Idei Optimie możesz zamienić darmowe minuty na SMS-y.
Abonament już od 29,99 zł netto.

Informacja Handlowa: 0 801 234567 www.idea.pl
Koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.
Szczegóły oferty w punktach sprzedaży.

15 min. / 60 sms	30 min. / 120 sms	60 min. / 240 sms	90 min. / 360 sms	120 min. / 480 sms	240 min. / 960 sms

Idealna możliwość wymiany darmowych minut na SMS-y

Obsługa Klienta
W ZASIĘGU RĘKI

Monika Kępka

Sieć IDEA stawia na zadowolonego Klienta. Jest to zobowiązujące dla nas wszystkich, niezależnie od tego w jakiej komórce firmy pracujemy, a szczególnie dotyczy to Obsługi Klienta. Pragniemy więc zachęcać Państwa do korzystania z różnorodnych form kontaktu z komórkami Obsługi Klienta.

Telefon



Konsultanci Obsługi Klienta pozostają do Państwa dyspozycji przez 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu. Udzielają oni informacji na temat:

- funkcjonowania sieci,
- aktywowania, dezaktywowania i modyfikacji świadczonych usług,
- ofert i promocji,
- sposobów rozwiązania nietypowych sytuacji, z którymi mogą się Państwo spotkać podczas korzystania z telefonu komórkowego. Poniżej prezentujemy numery telefoniczne Obsługi Klienta.

***22**
(lub +48 501 100 100, dostępny również dla abonentów przebywających poza granicami kraju)
bezpłatny numer telefonu, dostępny z telefonów komórkowych Idei na terenie kraju

***22**
numer bezpłatny dla abonentów PostPaid

***22**
numer płatny dla abonentów PrePaid (1 zł za zdarzenie, bez względu na czas trwania połączenia)

(0-22) 6342882
ogólnodostępny numer telefonu BOK, płatny według stawek operatorów

0-801 234567
Informacja Handlowa PTK Centertel, połączenie płatne, infolinia ulgowa (0,35 zł za zdarzenie). Numer ten jest dostępny również z telefonów komórkowych (0,35 zł za zdarzenie).

Obsługa Klientów Meritum Sieci Idea

801 100 501
połączenie płatne, infolinia ulgowa (0,35 zł za zdarzenie)

***525** lub **+48 502 000 525**
numer bezpłatny dla abonentów PostPaid, korzystających z ofert Meritum.

Faks



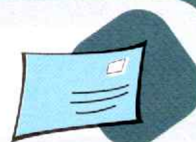
Z naszych doświadczeń wynika, iż faks jest dla Klientów bardzo wygodną formą kontaktu z Obsługą Klienta. Dlatego wdrożyliśmy w Obsłudze Klienta system informatyczny, wyspecjalizowany w realizacji i dystrybucji zgłoszeń, docierających do nas za pomocą faksów.

Wdrożenie tego systemu spowodowało zmianę dotychczasowych numerów faksów.

Poniżej zamieszczamy nowe numery.

faks (0-22) 588 7883
ogólnodostępny numer faksu BOK

List



Zawsze, gdy prawnie wymagane jest nadesłanie pisma lub gdy preferują Państwo pisemny rodzaj kontaktu, można przesłać korespondencję pocztą.

Poniżej przypominamy adres do korespondencji:

PTK Centertel sp. z o.o.
Obsługa Klienta
ul. Skierniewicka 10 a
01-230 Warszawa

E-mail



Wielu naszych Klientów korzysta z Internetu oraz poczty elektronicznej. Z tego względu udostępniliśmy do korespondencji adres e-mail:

bok@centertel.pl

Program IDEA Profit.

Wszystkim Abonentom, korzystającym z programu IDEA Profit, udostępniamy specjalny numer telefonu. Dzwoniąc pod numery:

***300** (połączenie z telefonu komórkowego)
lub **+48 501 400 300**

z dowolnego telefonu, Abonenci mogą uzyskać szczegółowe informacje na temat programu IDEA Profit. Zapraszamy od poniedziałku do piątku, w godzianch 8.00-20.00. Koszt połączenia wynosi 1 zł netto, niezależnie od czasu jego trwania. Zapraszamy również do kontaktowania się z nami, za pomocą e-mail'a na adres:

profit@centertel.pl

Czekamy na Państwa opinie i uwagi dotyczące programu.

Oferta „Zostańmy Razem".

Abonenci zainteresowani ofertą wymiany aparatu lub powiększeniem pakietu bezpłatnych minut, mogą dzwonić pod numer

501 400 400

Pod tym numerem uzyskają szczegółowe informacje na temat oferty „Zostańmy Razem". Zamówienia w ramach tej oferty przyjmujemy od poniedziałku do piątku, w godzinach 8.00-20.00 oraz w soboty, w godzinach 9.00-16.00. Opłata za połączenie wynosi 0,50 zł netto, niezależnie od czasu jego trwania.



Aby zapewnić naszym Klientom jak najszerszy dostęp do informacji o ofertach i promocjach, będziemy o nich informować za pomocą mediów lub materiałów wysyłanych bezpośrednio do Państwa. Poniżej zamieszczamy szczegółowy spis numerów telefonów oraz faksów do naszego Biura Obsługi Klienta.

Numery faksów do Obsługi Klienta

22 588 78 83

Numery telefonów do Obsługi Klienta

Obsługa Klienta

***22** połączenie bezpłatne z tel. komórkowego (tylko na terenie Polski); dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika.

501 100 100 połączenie bezpłatne w sieci IDEA; dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika.

(0) 22 634 28 82 numer stacjonarny, połączenie płatne

+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100** numery dla Abonentów przebywających za granicą.

Obsługa Programu IDEA Profit

***300** połączenie z telefonu w sieci IDEA lub NMT.

+48 501 400 300 połączenie płatne 1 zł za zdarzenie

Oferta „Zostańmy Razem"

+ 48 501 400 400
połączenie płatne 0,50 zł za zdarzenie

Informacja Handlowa

801 234 567
połączenie płatne 0,35 zł za zdarzenie

Konta e-mailowe

Obsługa Klienta
bok@centertel.pl

Obsługa Programu IDEA Profit
profit@centertel.pl

ZAPAMIĘTAM

W pierwszym tygodniu pracy, pewien współpracownik powiedział mi: „Panie dyrektorze, bardzo ładnie wszedł Pan do firmy i to jest bardzo ważne. Ale proszę pamiętać, że ważne jest to, jak się z niej odchodzi." Przypomniało mi się to teraz, gdyż właśnie przyszedł czas, żeby się rozstać.

Od 5. lat kieruje PTK Centertel. Od kilku tygodni jest również Prezesem Zarządu narodowego operatora – Telekomunikacji Polskiej. Marek Józefiak.

Profil: Przypomnijmy krótko Czytelnikom Pańską karierę i związki z branżą telekomunikacyjną. Od czego wszystko się zaczęło i kiedy?

Marek Józefiak: Związek ten zapoczątkowały studia na Politechnice Wrocławskiej, na Wydziale Elektroniki, w Instytucie Telekomunikacji i Akustyki. Po przerwie, na początku lat 90. postanowiłem wrócić do wyuczonego zawodu, zwłaszcza, że podczas zagranicznego stażu miałem okazję zapoznać się z systemem telekomunikacyjnym korporacji, która zajmowała się również telefonią komórkową. To była wówczas rewolucyjna nowość.

W Polsce zaś zaangażowałem się w program telefonizacji wsi, który prowadziła jedna z wiodących firm telekomunikacyjnych. Taki był początek mojej kariery.

W 1996 roku zostałem członkiem Rady Nadzorczej Telekomunikacji Polskiej. Po roku, 7 lutego, zostałem dyrektorem generalnym PTK Centertel.

P.: Czy pamięta Pan swój pierwszy dzień w PTK?

M.J.: Pamiętam doskonale. Był to piątek. Firma mieściła się jeszcze przy ulicy Pańskiej. Szczerze mówiąc, nie spotkałem się tego dnia z wieloma oznakami życzliwości i przyjaźni. Mimo to, mile go wspominam. Wszedłem do gabinetu pokrytego kurzem, ponieważ poprzedni szef nie urzędował tu od wielu miesięcy, przedstawiłem się, oczekującym na mnie z niepokojem, kolegom. Miałem też małą, dość zabawną wpadkę. Kiedy Bertrand le Guern, mój późniejszy przyjaciel i współpracownik, zwrócił mi uwagę, że, jako członek zarządu PTK Centertel, nie powinienem nosić telefonu komórkowego ze znakiem Plus GSM, odparłem, że nie mam innego, a ten, którego używam jest całkiem przyzwoity. Pan le Guern

TO, CO NAJLEPSZE

tak się jednak upierał przy swoim, że po godzinie poprosiłem, by mnie wyposażono w „odpowiedni" telefon.

P.: W jakim momencie rozwoju znajdowała się firma, kiedy obejmował Pan w niej stanowisko dyrektora generalnego?

M.J.: W Spółce panowały frustracja i przygnębienie. Przez cały 1996 rok rozdzierał ją konflikt udziałowców, co miało ogromny wpływ na atmosferę w firmie. Poza tym, od kilku miesięcy działała już konkurencja, której przyznano koncesje GSM. Centertel działał wyłącznie w systemie analogowym NMT, obsługiwał niewiele ponad 100 tysięcy abonentów i miał dość mgliste perspektywy rozwoju. Sprawa koncesji na DCS nie była jeszcze przesądzona, niejasno rysowała się perspektywa współpracy z Telekomunikacją Polską.

Bardzo słabym punktem PTK było, mocno zakorzenione, myślenie kategoriami dawnego monopolisty i przeświadczenie o własnej nieomylności. Atmosfera i kultura korporacji odbiegała od przyjętych standardów, ale tłumaczyłem to sobie jej kłopotami wewnętrznymi i frustracją pracowników z powodu pozbawienia przedsiębiorstwa szansy na koncesję GSM 900. Firma była dobrze przygotowana do wprowadzenia telefonii cyfrowej, a porażka pozbawiła ją, przynajmniej na jakiś czas, możliwości rozwoju. W konsekwencji część pracowników odeszła do naszej konkurencji, część nie wiedziała, co ze sobą począć.

Dość często spotykałem się w tym czasie z wyższą kadrą menedżerską. Rozważaliśmy, co należy zrobić, aby firma mogła się rozwijać mimo tylu słabości, jaka jest wizja spółki, co chcemy osiągnąć. Podkreślałem wyraźnie, że naszym celem, w perspektywie krótkookresowej, jest uzyskanie koncesji na DCS 1800, aby firma mogła zacząć świadczyć usługi w systemie cyfrowym i przygotować się do starań o GSM 900. To pozwoliłoby nam dołączyć do innych operatorów i działać na równych prawach.

P.: Spędził Pan w PTK Centertel prawie 5 lat. Co te lata wniosły do Pańskiego życia i kariery menedżerskiej?

M.J.: Była to dla mnie bardzo dobra szkoła, a i mnie udało odcisnąć się wyraźne piętno na firmie. Firma, mimo wad, była dość dobrze zorganizowana. Zarówno w pionie technicznym, jak i marketingowym funkcjonowała według wzorców zachodnich. Wielce pouczająca była praca z konsultantami, doradcami udziałowców francuskich i firm zewnętrznych. Pewne procesy znałem z racji wykształcenia, ale dopiero ich przeprowadzenie w praktyce, przyniosło mi bezcenne doświadczenie.

Przez te lata przeprowadziliśmy audyt organizacyjny, uzyskaliśmy certyfikat jakości, zrealizowaliśmy wiele projektów, wprowadziliśmy na rynek nową markę. Uruchomiliśmy sieć Idea z naprawdę bardzo dobrym skutkiem i jestem pełen uznania dla osób, które tę markę współtworzyły.

W PTK miałem przyjemność spotkać wspaniały zespół ludzi. Z czasem udało się nam jeszcze pozyskać wielu wartościowych pracowników. To jest wielkie doświadczenie, które wspominam z łezką w oku.

P.: W ciągu tych lat zmienił się również rynek telekomunikacyjny i polski konsument. Kiedy zaczynał Pan urzędowanie przy Pańskiej, żadne prognozy nie przewidywały tak dynamicznego rozwoju tego rynku i tak wielkich zmian w postawach konsumenckich. Jak ocenia Pan te lata z perspektywy szefa pioniera telefonii komórkowej?

M.J.: Zmiany, jakie nastąpiły na rynku telefonii komórkowej są bardzo dobrym przykładem na to, że gdzie konkuruje trzech operatorów, klient odnosi korzyści – jakość usług i obniżki cen. Wśród klientów wykształca się przekonanie, że mają prawo do najlepszej oferty. Nie ma teraz już miejsca na myślenie, że klient zostaje z nami lub wybiera nas z powodów historycznych – bo byliśmy pionierem. Nie, on po prostu wybiera lepszą ofertę, lepszy poziom świadczenia usług.

W dużej mierze, dzięki pojawieniu się konkurencji, Centertel zaczął wprowadzać zmiany w swoich strukturach organizacyjnych, po to, by w centrum wszystkich procesów biznesowych znalazł się klient. Dzięki temu, można poznać jego potrzeby i preferencje, a w konsekwencji przygotować właściwą ofertę i w ten sposób kreować rynek. Druga, niezwykle ważna zmiana dotyczy stworzenia przyjaznego oblicza firmy, która wszelkie sprawy rozstrzyga wedle życzeń klienta. Wiem, że w tym zakresie jest jeszcze dużo do zrobienia, jednak poziom, na jaki obsługa klienta została podniesiona dowodzi, że dla Idei jest to sprawa wielkiej wagi.

P.: Które z dokonań tego pięciolecia uznałby Pan za najbardziej spektakularne i ważne dla tej korporacji?

M.J.: Przekształcenie PTK z firmy o przestarzałej technologii, bardzo złym wizerunku, kojarzącej się z bardzo drogimi telefonami-cegłami, w korporację konkurencyjną, nowocześnie zarządzaną, ze znakomitą marką. Oczywiście, w tym procesie było kilka ważnych dat.

Pierwsza z nich to 1 marca 1998 r. – moment wprowadzenia Idei w systemie DCS 1800. Rozwinięciem tego był początek roku 2000, kiedy mogliśmy pokazać, że nasza Idea ma zasięg ogólnopolski. Z tymi dwoma wydarzeniami wiązały się specjalne programy. Pamiętam ogrom pracy, związany z wprowadzeniem nowej marki. Pamiętam też przygotowania, związane z programem GSM 900 i forsowanie go, przy wielkim oporze ze strony TP S.A. Byłem w ten program zaangażowany osobiście, przejmując również część działań marketingowych i przyjmując na siebie odpowiedzialności za całość przedsięwzięcia. Miałem świadomość, że to jest właśnie „ten" moment, kiedy menedżer, albo wygra, albo polegnie. Projekt zakończył się sukcesem.

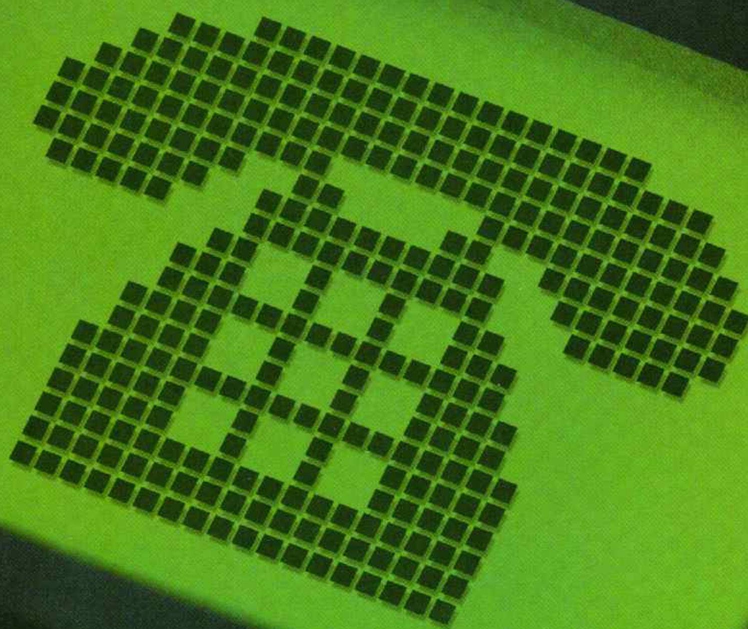
P.: Parę tygodni temu został Pan jednym z najważniejszych prezesów w Polsce. Przez najbliższe lata będzie Pan zarządzał sprawami jedynego operatora narodowego. Czy pańskie atuty – młody wiek, otwartość na nowoczesne modele zarządzania i doświadczenie z pracy w PTK Centertel, okażą się zbawienne dla zamkniętej, niedołężnej TP S.A.?

M.J.: Podjęcie decyzji o objęciu funkcji Prezesa Zarządu TP S.A. nie było łatwe. Dopiero kiedy udziałowcy przedstawili mi efekty moich dotychczasowych działań, dając do zrozumienia, że otrzymam z ich strony pełne wsparcie, uznałem, że zmierzę się z tym wyzwaniem. Prezes France Telecom, z którym miałem przyjemność rozmawiać, stwierdził, że zna moje doświadczenia, że bardzo docenia drogę, jaką przeszedł Centertel – od monopolisty do firmy dobrze zarządzanej, konkurencyjnej, z dobrym wizerunkiem. Stwierdził, że mając za sobą taką praktykę, z problemami TP S.A. na pewno sobie poradzę.

P.: Nie da się zaprzeczyć, że stoi przed Panem ogromne zadanie. Nie ma chyba w Telekomunikacji Polskiej takiego obszaru, na którym nie trzeba wprowadzać zmian. Bez tego ten operator nie zdoła utrzymać się na konkurencyjnym rynku.

M.J.: Jestem tego świadom. Przede wszystkim koniecznie trzeba zmienić wizerunek przedsiębiorstwa. Wizerunek zły, na który TP S.A. w pełni sobie zasłużyła. Moim celem jest przeprowadzić firmę z obecnej pozycji monopolisty do pozycji firmy konkurencyjnej rynkowo. A to oznacza głęboki proces restrukturyzacji. Wprowadzenia takich standardów zarządzania, które pozwolą firmie stać się operatorem przyjaznym klien-

W twoim domowym telefonie ktoś na ciebie czeka.



YES

łączy nas coraz więcej

Poczta Głosowa to nowa usługa Telekomunikacji Polskiej S.A. Dzięki niej zawsze jest z Tobą kontakt, bo nagrane wiadomości czekają na Ciebie w domowym telefonie. Poczta Głosowa umożliwia zostawienie wiadomości wtedy, gdy nikogo nie ma w domu, kiedy telefon jest wyłączony lub zajęty. Odsłuchiwanie wiadomości z własnego aparatu jest bezpłatne. Jeśli masz telefon komórkowy w sieci Idea - o przyjściu każdej wiadomości na Pocztę Głosową w domowym telefonie może poinformować Cię sms. Zawiera on informacje: ile jest wiadomości, kto jest ich nadawcą oraz kiedy przyszły. Informacja dotrze do Ciebie sama, gdziekolwiek jesteś. Usługę pocztaglosowa sms można zamówić w Biurze Obsługi Klientów TP S.A. Więcej informacji pod bezpłatnym numerem **0-800 150 150** i w internecie **www.tpsa.pl/poczta_glosowa**.

IDEA
Ciągle nowe pomysły

POCZTA GŁOSOWA tp

TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A. tp

towi, odpowiadającym na jego potrzeby i prezentującym ofertę najlepszą na rynku.

Postaram się w krótkim czasie ustanowić poprawne stosunki z naszymi konkurentami, co, w moim przekonaniu, będzie sprzyjać rozwojowi rynku telekomunikacyjnego. Dla mnie konkurencyjność to siła napędowa. Naiwnością byłoby myśleć, że jeszcze przez kilka lat TP S.A. będzie korzystać z przysługujących jej przywilejów, więc nie musi zastanawiać się nad przyszłością. A przyszłość to całkowita liberalizacja rynku i Telekomunikacja Polska musi się do tego przygotować.

P.: Zamykanie oczu w tym przypadku będzie oznaczać nieuniknioną katastrofę.

M.J.: Dokładnie tak. Dlatego, zaraz za zmianami organizacyjnymi muszą nastąpić zmiany w traktowaniu klienta. Te wszystkie działania powinny wpłynąć na opinię społeczną. Postaram się przedstawić również programy zewnętrzne, które udowodnią, że firma zasługuje na miano operatora narodowego. Dla mnie jest to punkt absolutnie honorowy. Zamierzam przygotować taką ofertę, która całościowo, jako rozwiązanie telekomunikacyjne będzie najlepsza na rynku, i żeby klient traktował ją jako wartość dodaną. Dlatego postaram się jak najszybciej zintegrować działania całej Grupy Kapitałowej, która obejmuje Centertel, TP Internet, TP S.A., Wirtualną Polskę. Poprawi to również wewnętrzne funkcjonowanie. Pracownicy zrozumieją, że na rynku zostaje najlepszy, a nie ten, kto korzysta z przywilejów.

P.: TP Internet i Wirtualna Polska powstały w zupełnie nowej rzeczywistości. Centertel przeszedł daleką drogę edukacji rynkowej. Natomiast TP S.A. w sferze zarządzania, jakości usług, szybkości ich wprowadzania, pozostaje bardzo daleko w tyle.

M.J.: To prawda. Ale dlaczego część projektów dla całej Grupy Kapitałowej nie miałaby płynąć np. z Centertelu? Nie chodzi o to, by wytknąć pracownikom TP S.A. brak profesjonalizmu, ale by pokazać im, jak w dobrze zorganizowanej firmie można prowadzić skuteczne projekty. Ważne jest, żeby przenieść kulturę korporacyjną z wymienionych firm zależnych do TP S.A. Pamiętajmy, że operator narodowy utracił spory udział w rynku. Ale, w mojej ocenie, istnieją obszary, na których może straconą pozycję odzyskać. Zatem cała Grupa Kapitałowa, przy umiejętnym zarządzaniu, będzie zyskiwać na wartości. Przyniesie to satysfakcję głównym udziałowcom, mniejszym akcjonariuszom, a także pracownikom.

P.: Wierzy Pan w to, że uda się w TP S.A. stworzyć takie warunki rozwoju i taką atmosferę pracy, jakie panują w PTK Centertel?

M.J.: A dlaczego miałoby być inaczej? Tutaj też ludzie mogą być zadowoleni ze swojej pracy, mogą identyfikować się z firmą. Potrzebna jest po prostu zmiana mentalności. Centertel nie miał wprawdzie historycznego bagażu i związków zawodowych, dlatego być może było łatwiej uczynić z niego nowoczesną korporację. Jestem jednak przekonany, że przy odpowiedniej komunikacji, dotyczącej misji i celu TP S.A., porozumienie ze związkami zawodowymi i z pracownikami będzie naturalne. Pracuje tutaj wielu wartościowych ludzi, którym nikt nie dał szansy, i których inicjatywa jest tłamszona przez biurokrację. Trzeba tylko stworzyć mechanizmy wewnętrzne do kreowania inicjatywy.

P.: Czy zamierza Pan przyciągnąć do operatora narodowego młodszą klientelę? Przedstawić go jako dostarczyciela usług nowoczesnej komunikacji, a nie tylko telefonii stacjonarnej?

M.J.: Może się mylę, ale jeżeli dzisiaj z Telekomunikacją Polską nie można żadnej sprawy załatwić przez telefon, tylko trzeba do urzędu przyjść, to znaczy, że wszystko stoi na głowie. W banku przez telefon można już załatwić niemal wszystko, a u dostarczyciela usług telefonicznych prawie nic. To absurd.

Zatem kierunek na unowocześnienie i odmłodzenie usług musi być utrzymany. Nie chciałbym, stwarzać wrażenia, że mamy zamiar zrezygnować z telefonii stacjonarnej. Ta nadal przynosi spore profity i będziemy chcieli usługi telefonii stacjonarnej rozszerzać na kolejne obszary. Pojawienie się nowych usług nie będzie oznaczać likwidacji dotychczasowych. TP S.A. ma przecież 10,5 miliona abonentów, których w żadnym wypadku nie można zaniedbać.

P.: Jaki jest układ sił w TP S.A., po zakończonym procesie prywatyzacji?

M.J.: Prywatyzacja zakończyła się na kilka dni przed powołaniem mnie na funkcję prezesa. Inwestorem strategicznym jest France Telecom i Kulczyk Holding, formalnie będzie posiadał udziały większościowe po wykupieniu w przyszłym roku 2.5% udziałów. W konsorcjum za strategię, know-how odpowiedzialny jest France Telecom, jedna z największych na świecie firm branży telekomunikacyjnej. Kierowanie bieżącymi sprawami należy do zarządu, gdzie oprócz mnie zasiadają dwaj Francuzi. Partner francuski doskonale zdaje sobie sprawę z naszych wewnętrznych uwarunkowań, z roli, jaką musi spełniać operator narodowy. Z szacunkiem podchodzi do naszych doświadczeń. Proszę pamiętać, że polityka globalna jest skuteczna wtedy, gdy na poszczególnych rynkach myśli się w kategoriach lokalnych. Tylko w ten sposób można odpowiedzieć na potrzeby konkretnego rynku.

P.: Jak TP S.A. prezentuje się na tle innych, europejskich operatorów narodowych?

M.J.: Mimo iż nasza sytuacja finansowa jest dobra, wypadamy słabo. Chodzi zwłaszcza o techniki zarządzania i wydajność. Średnia linii telefonicznych na jednego pracownika wynosi w TP S.A. 175, podczas gdy średnia w rejonie wynosi ok. 300 linii. Chcemy w ciągu dwóch lat zbliżyć się do tego wyniku. Albo więc firma sama się zmieni, albo ją zmieni rynek.

P.: Kiedy rozstaje się Pan z PTK Centertel?

M.J.: Stanie się to pewnie do końca tego roku.

P.: Wielka szkoda. W odczuciu środowiska i pracowników Idea jest Panu bardzo bliska, a z samą firmą jest Pan mocno związany.

M.J.: Żal mi odejść, ale pogodzenie obu funkcji jest niemożliwe. Moje związki z Centertelem z pewnością nie zostaną przerwane. Jako prezes, stojący na czele Grupy Kapitałowej, pozostanę blisko tej firmy, która po pierwsze jest bliska mojemu sercu, mam tam wielu przyjaciół i duży sentyment do wszystkich, z którymi miałem możność pracować, po drugie jest ona oczkiem w głowie dla całej Grupy Kapitałowej i bardzo zależy mi na tym, żeby wskaźniki wzrostu Centertelu zostały utrzymane. Tak, żeby mogła zająć przynajmniej drugie miejsce na rynku.

P.: Czy jako szef Grupy Kapitałowej będzie Pan miał na decyzje podejmowane w PTK Centertel?

M.J.: Na kierunki, na strategię, na współpracę z TP S.A. tak, ale na pewno nie na bieżącą działalność operacyjną. Od kierowania i decydowania jest zarząd. Właściciel powinien akceptować kierunki i strategię. Ponieważ jednak znam tę firmę i jej możliwości, z pewnością koledzy, którzy tam zostają, spodziewają się, że będę wymagający. Zwłaszcza w kwestii zdobycia 1/3 udziału w rynku, podniesienia poziomu obsługi klienta i osiągnięcia dobrych wyników finansowych.

P.: Na początku tej rozmowy wspominał Pan pierwsze tygodnie spędzone w PTK. Zapamiętał Pan słowa jednego z kolegów, że ważniejsze od przyjścia jest odejście z firmy. Jakie chciałby Pan zostawić po sobie wspomnienie wśród pracowników PTK?

M.J.: Najpierw, korzystając z okazji, chciałbym serdecznie podziękować wszystkim moim współpracownikom, zapewnić, że zawsze będę miał w ciepłej pamięci wszystkie nasze wspólne działania. I jeśli będą mnie oni życzliwie wspominać, jako lidera, który umiejętnie kierował różnymi poczynaniami i pomysłami naszych ludzi, to będę z tego powodu bardzo, bardzo szczęśliwy. ■

FUNDOWANE DOBRO

Z jednej strony człowiek postrzegany jest jako istota niezwykle egoistyczna, niechętnie odrywająca uwagę od czubka własnego nosa, by dostrzec drugą osobę lub jej potrzeby. Z drugiej zaś, trudno znaleźć istoty skłonne bardziej ofiarnie oddawać się pracy społecznej, nieść pomoc potrzebującym.

GRAŻYNA ZENOWICZ



SUPER EXPRESS

■ Janina Ochojska – Polska Akcja Humanitarna

To swoisty paradoks natury ludzkiej. W jednym przypadku nikt nie zareaguje na krzyk sąsiada, dobiegający z podwórka, w innym mieszkańcy jednej kamienicy będą wspierać głodującą rodzinę z pierwszego piętra. Trudno byłoby znaleźć chętnego, który podszedłby do leżącego na ulicy, ale zadziwiają tłumy wychodzące z domu w styczniowy, mroźny dzień tylko po to, by ofiarować datek na bardzo ważny cel i uratować czyjeś życie.

Narażanie własnego życia dla innych budzi szacunek, czyjeś przykładne poświęcenie w słusznej sprawie pozostaje w pamięci na lata. I to wydaje się oczywiste. Ale najcenniejsza jest chyba praca ludzi, którzy na fundowaniu innym dobra opierają sens swojego życia, którzy potrafią ruszyć bryłę z posad, aby nakłonić innych do ulepszania świata. Nie sposób przecenić ich dobrej woli, wielkiego wysiłku i wrażliwości na biedę, chorobę, krzywdę. Tym bardziej, że nie oczekują niczego w zamian, poza wsparciem ich działań, pomysłów i zapału. W mądrych książkach takie postawy określa się mianem prospołecznych, a ludzi – osobowościami o wyraźnych potrzebach altruistycznych. To oni organizują imprezy charytatywne, sprzedają cegiełki, tworzą fundacje... Nie o wszystkich da się opowiedzieć. Jedni są bardziej znani, inni anonimowo stoją za organizacjami i instytucjami, „budującymi" lepszy świat. Wystarczy jednak usiąść na przykład przed komputerem, najlepiej tuż przed Gwiazdką, która sprawia, że wszyscy chcą być lepsi, i znaleźć strony fundacji, działających w Polsce. Aż trudno uwierzyć, ile osób wielkiego serca żyje wśród nas.

Fundacja Rozwoju Kardiochirurgii w Zabrzu

Powstała dzięki grupie lekarzy, finansistów, menedżerów i biznesmenów. W chwili rozpoczęcia działalności majątek stanowiło 4200 zł, mały pokoik oraz... ogromny i bardzo cenny dorobek Kliniki Kardiochirurgii w Zabrzu.

W 1993 r. utworzono Ośrodek Badawczo Wdrożeniowy, gdzie funkcjonują 3 pracownie: Pracownia Sztucznego Serca (Laboratoria Bioelektroniki, Biozgodności, Bioprzetworników, Biomateriałów), Pracownia Biologicznej Zastawki Serca (Laboratoria Biotechnologii Zastawki, Mikrobiologii, Hodowli Tkanek i Fotocytometrii Przepływowej, Histopatologii), Pracownia Bioprzepływów. Dzięki fundacji udało się przeprowadzić wiele, zbawiennych dla ludzi, doświadczeń i badań.

Fundacja Zdrowe Dziecko

Została powołana do życia w 1993 r., z potrzeby niesienia pomocy najmłodszym, zarówno w zakresie leczenia jak i profilaktyki. Nadzór nad działalnością sprawuje Minister Zdrowia i Opieki Społecznej, fundusze zaś są gromadzone dzięki „cegiełkom", organizowanym imprezom i darom ludzi dobrej woli.

Najważniejszymi celami tej fundacji są praca na rzecz dzieci chorych, edukacja w zakresie zdrowia, wsparcie dla placówek medycznych poprzez organizację potrzebnego sprzętu, wspomaganie rehabilitacji dzieci, poprawa stanu zdrowia dzieci, mieszkających na terenie gmin, które swoją opieką otoczyła fundacja. W swojej codziennej praktyce, pracownicy fundacji, realizując ideę „szpitala przyjaznego dziecku", starają się wpływać na poprawę warunków leczenia dzieci, przebywających w Szpitalu Rejonowym w Kozienicach. Udzielają pomocy również oddziałom dziecięcym na terenie całego województwa radomskiego. Zapewniają przedszkolakom szczepienia przeciwko WZW-B. Te przykłady nie wyczerpują oczywiście listy działań, jakie, w trosce o najmłodszych, podejmuje fundacja Zdrowe Dziecko.

FUNDACJA to jednostka organizacyjna, która posiada osobowość prawną oraz majątek, przekazany przez fundatora (fundatorów). Majątek ten przeznaczany jest na realizację konkretnego celu, o charakterze użyteczności publicznej. Fundacje mogą tworzyć osoby prawne oraz osoby fizyczne, które posiadają pełną zdolność do czynności prawnych. Chociaż fundatorami mogą być osoby zamieszkałe za granicą, posiadające obce obywatelstwo, jednak siedziba fundacji musi być na terenie Rzeczpospolitej Polskiej. Utworzenie fundacji warunkują dwa czynniki: akt fundacyjny i sądowa rejestracja. Akt fundacyjny to oświadczenie o ustanowieniu fundacji, w formie aktu notarialnego, złożone przez fundatora (obejmuje: dane osobowe, nazwę fundacji, adres siedziby, cele, majątek). Sądowa rejestracja następuje na podstawie przedstawionych dokumentów: wniosku o zarejestrowanie fundacji, aktu notarialnego o ustanowieniu fundacji, protokołu z posiedzenia, na którym powołano zarząd fundacji i przyjęto statut, uchwały o powołaniu zarządu z podaniem danych osobowych, statutu fundacji. W momencie zarejestrowania, fundacja otrzymuje osobowość prawną i może prowadzić działalność.

Fundacje działają w Polsce w oparciu o ustawę o fundacjach – z dnia 6 kwietnia 1984 r. (Dz.U.91.46.203). Prawne uwarunkowania dla fundacji określają również inne akty prawne: rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z 13 kwietnia 1984 r. w sprawie prowadzenia rejestru fundacji oraz zarządzenie Ministra Sprawiedliwości z 23 grudnia 1994 r. w sprawie ramowego zakresu sprawozdań, składanych przez fundacje.

Fundacja Osób Niepełnosprawnych

Kolejna inicjatywa społeczna z 1993 r. Podjął ją Ogólnopolski Sejmik Osób Niepełnosprawnych, reprezentowany przez Krajową Radę Osób Niepełnosprawnych. W ramach swojej działalności, fundacja, poprzez kreowanie pozytywnego wizerunku środowiska osób niepełnosprawnych, promuje to środowisko jako określoną grupę społeczną. Realizuje 3 podstawowe programy:

- Edukacja Razem
- Idea Osobistego Asystenta
- FON w Internecie

W ramach programu „Edukacja Razem" fundacja niesie praktyczne wsparcie dla idei kształcenia osób niepełnosprawnych, umożliwienie studentom samodzielnego życia. Praktyczne wsparcie polega na fundowaniu stypendiów dla osób niepełnosprawnych, pragnących zdobyć wyższe wykształcenie, zmuszonych ponosić koszty osobistej asysty w trakcie nauki.

Program „FON w Internecie" ma przede wszystkim pomóc w pozyskiwaniu sponsorów oraz w propagowaniu działalności na rzecz osób niepełnosprawnych.

Aby zdobyć środki na realizację najważniejszych zadań, fundacja podejmuje działania finansowe. Patronuje m.in. Loterii Niepełnosprawnych „Klaudiusz". Losy sprzedają osoby niepełnosprawne. Fundacja podaje, że w pracy przy tej Loterii zatrudnionych zostało, jak dotąd, prawie 400 osób z tego środowiska.

Punkt Informacji i Doradztwa dla Osób Niepełnosprawnych

Taki projekt prowadzi fundacja **Fuga Mundi**. Dostępność informacji dla osób niepełnosprawnych oraz ich aktywizacja na różnych poziomach życia społecznego stanowią główne zadanie Punktu. Projektowi przyświeca szlachetny cel, jakim jest likwidacja barier komunikacyjnych, które utrudniają niepełnosprawnym asymilację społeczną. Dotyczy to przede wszystkim informacji i poradnictwa na temat, przysługujących tym osobom, praw oraz istniejących dla nich organizacji i możliwości, jakie stwarzają organa administracji państwowej. Celem projektu jest również przeciwdziałanie wszelkim objawom dyskryminacji osób niepełnosprawnych.

Aby realizować te zadania, Punkt Informacji i Doradztwa wyznaczył dla siebie 3 obszary działań: informacji, doradztwa oraz profilaktyki. W przypadku pierwszym chodzi o gromadzenie, usystematyzowanie oraz udostępnianie informacji przydatnych osobom niepełnosprawnym (np. rehabilitacja, wydawnictwa, nauka, turystyka, prawo, kultura itp.). Doradztwo dotyczy 3. sfer: psychologii, prawa i ekonomii oraz znoszenia barier architektonicznych. I w końcu profilaktyka – od kwestii, jak zapobiegać wypadkom, do edukacji społecznej na temat niepełnosprawności.

Fundacja Rodzić Po Ludzku

Powstała dzięki osobom, które prowadziły społeczną akcję pod hasłem „Rodzić po ludzku". Akcja ta, w 1999 r., została nagrodzona wyróżnieniem za najlepszą inicjatywę społeczną i obywatelską w ciągu ostatnich 10 lat. Wyróżnienie to przyznali organizatorzy konkursu Pro Publico Bono.

Fundacja dba o poprawę opieki okołoporodowej, a także warunków, jakie panują w szpitalach i oddziałach położniczych. Bardzo ważnym aspektem działalności jest propagowanie świadomego przeżywania ciąży, porodu i macierzyństwa oraz pomoc kobietom w rozwiązywaniu emocjonalnych problemów związanych z tym okresem w życiu.

Fundacja uruchomiła specjalną placówkę – poradnię „Początek" dla kobiet w ciąży i matek małych dzieci. Można się tu przygotować do porodu i spotkania z dzieckiem, skorzystać z konsultacji psychologicznych i pediatrycznych, pobierać nauki rodzenia, masażu dziecięcego, gimnastyki poporodowej itp.

Druga „placówka" to Dyskusyjny Klub Młodych Matek, działająca w okresie wakacji. Dla wszystkich zainteresowanych kobiet ciężarnych i młodych matek dostępny jest telefon wsparcia (0 22 628 11 91). Kolejne pole Fundacji to publikacje – zarówno literatura na temat narodzin i rodzicielstwa, jak i przewodniki po placówkach położniczych w Polsce i kursach, przygotowujących do porodu.


SUPER EXPRESS
■ Jerzy Owsiak – założyciel Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy

Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy

I znowu rok 1993. Tym razem przyniósł najbardziej chyba spektakularny dowód ofiarności polskiego społeczeństwa. Również dowód doskonałej organizacji ogromnego, charytatywnego przedsięwzięcia, integrującego miliony ludzi wokół szlachetnego celu.

A wszystko zaczęło się pewnego grudniowego dnia 1991 r., kiedy Jerzy Owsiak, w trakcie programu „Róbta co chceta – czyli rock'n'rollowa jazda bez trzymanki", zapraszał młodych do organizacji koncertów, z których dochód przeznaczony byłby na rzecz Oddziału Kardiochirurgii Dziecięcej w Centrum Zdrowia Dziecka. Już po roku można było zorganizować telewizyjny finał. W Polsce przez jeden, cały dzień zbierano pieniądze, a TVP emitowała relacje. Pierwsza akcja przyniosła 2 mln dolarów, które pozwoliły sfinansować sprzęt dla 11. klinik kardiochirurgii dziecięcej, działających w Polsce. Fakt ten zadecydował o powołaniu fundacji, której celem jest zakup sprzętu medycznego dla ratowania życia dzieci.

Założyciele fundacji przyjęli dwie nadrzędne zasady. Pierwsza mówi o tym, że fundacja nie świadczy pomocy indywidualnej, wraz z ekspertami zarząd decyduje o kolejnym temacie Wielkiego Finału. Druga zasada do-

tyczy przekazywania placówkom wyłącznie sprzętu, nie zaś pieniędzy. Sprzęt ten kupowany jest w drodze konkursu ofert, organizowanego dwa razy w roku.

Dziewięć Finałów Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy pozwoliło kupić sprzęt medyczny za ponad 31 mln dolarów. Został on podarowany 440. szpitalom w Polsce. Fundacja wsparła w ciągu tych lat również instytucje, których zadaniem jest pomoc w ratowaniu życia: Ochotniczą Straż Pożarną, Państwową Straż Pożarną, Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe, Górskie i Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe.

Raz do roku, fundacja organizuje też festiwal rockowy „Przystanek Woodstock". To oryginalna forma podziękowania tym wszystkim, którzy wspierają działania związane ze zbiórką pieniędzy w ramach Wielkiej Orkiestry. Znany jest już temat i termin X Finału. 13 stycznia 2002 r. Orkiestra zagra dla ratowania życia dzieci z wadami wrodzonymi, a w szczególności leczenia operacyjnego noworodków i niemowląt.

Polska Akcja Humanitarna

Jedna z tych najbardziej znanych w Polsce fundacji, której działalność nagłaśniana jest w mediach, i której założycielka – Janina Ochojska, znana jest powszechnie. PAH zarejestrowana została w 1994 r. Działalność fundacji jest bardzo rozległa. Można, bez przesady, powiedzieć, że PAH niesie pomoc wszędzie, gdzie jest ona niezbędna. W ramach pomocy humanitarnej akcje są często organizowane spontanicznie. Stanowią odpowiedź na złe doniesienia z Polski i ze świata o biedzie, wojnie, kataklizmach. Konwoje pomocy docierają do Afganistanu, Czeczenii, Kazachstanu, krajów byłej Jugosławii, na Litwę i Ukrainę. Fundacja wspiera również uchodźców – organizuje pomoc socjalną i prawną, pomaga przystosować się do nowych warunków życia. Dotyczy to zarówno edukacji językowej, jak i stabilizowania sytuacji mieszkaniowo-zawodowej.


■ Janina Ochojska – Polska Akcja Humanitarna

SUPER EXPRESS


SUPER EXPRESS

W ramach programu Edukacji Humanitarnej, kierowanego do dzieci i młodzieży w Polsce, fundacja propaguje idee tolerancji i zaangażowania społecznego. Pomagają w tym różnego typu prelekcje, wystawy, warsztaty, konkursy. To właśnie w ramach tego programu, w 1994 r. powstał I Parlament Dziecięcy, przeprowadzono akcję wysyłania kartek z wizerunkiem gołąbka pokoju oraz akcję „Nadzieja". Jedno z najbardziej rozpoznawalnych przedsięwzięć Polskiej Akcji Humanitarnej to akcja „Pajacyk", polegająca na finansowaniu dzieciom posiłków w szkołach. W ramach tego projektu utworzono specjalną stronę internetową, nazwaną Polską Stroną Głodu. Każdy, kto kliknie w pusty brzuszek, umieszczonego na stronie, Pajacyka pomaga nakarmić głodne dzieci. Nie dlatego, że płaci pieniądze, ale dlatego, że ogląda bannery firm, które płacą za to, że ktoś je ogląda. Sponsorzy odpłatnie zamieszczają reklamy, a PAH przeznacza te kwoty na dożywianie dzieci. Szkoły, wspierane przez fundację, są oczywiście sprawdzane, po zakwalifikowaniu jej do dotacji, powstaje umowa z listą dzieci objętych pomocą i zasadami przekazywania środków.

Porozumienie Bez Barier

Założycielką fundacji, która niesie pomoc dzieciom biednym, niepełnosprawnym, chorym, i sierotom jest Jolanta Kwaśniewska. „Porozumienie Bez Barier" działa od 1997 r. i, jak każda fundacja, posiada cel statutowy: „wspieranie działalności na rzecz zainicjowania procesu zmian cywilizacyjnych i kulturowych, tworzących ludziom warunki równych szans na drodze ich rozwoju intelektualnego, zawodowego i kulturalnego". Znakiem fundacji jest Motyl – symbol wiosny, radości i nadziei, a także budzącego się życia.

W ciągu tych kilku lat działalności powstało i jest realizowanych wiele programów: Otwórzmy Dzieciom Świat, Fundusz Stypendialny, Motylkowe Szpitale, Komputer, Możesz Zdążyć Przed Rakiem, One Muszą Żyć.

Motylkowe Szpitale dla dzieci to inicjatywa, która ma zmienić smutne, sterylne otoczenie szpitalne w przyjazne, kolorowe i trochę baśniowe. Przykład odnowionej przez fundację sali dziennego pobytu w Szpitalu Dziecięcym przy Niekłańskiej w Warszawie, udowodnił, że nie trzeba wcale wielkiego wysiłku i wielkich pieniędzy, aby ubarwić dzieciom ten smutny świat, w którym muszą przebywać. W konsekwencji ogłoszono konkurs na najładniejszy Motylkowy Szpital, co ma zachęcić do całego programu wszystkie polskie szpitale. Okazuje się, że w zaledwie rok po rozpoczęciu realizacji tego programu, ponad 150 placówek wprowadziło zmiany, korzystne dla przebywających tam dzieci.

Program „Otwórzmy Dzieciom Świat" pozwolił wielu dzieciom zobaczyć atrakcyjne zakątki świata. Wychowankowie domów dziecka, dzieci tragicznie, w trakcie pełnienia obowiązków służbowych, zmarłych ojców oraz dzieci po remisji białaczkowej zobaczyły Stany Zjednoczone, Szwecję, Tunezję, Cypr, Grecję, Zjednoczone Emiraty Arabskie. Dzięki innej inicjatywie, podjętej przez fundację, w wielu szkołach pojawiły się komputery. Dotychczas używany sprzęt, z którego, w ramach unowocześniania infrastruktury informatycznej, rezygnowały różne przedsiębiorstwa, mógł trafić do młodych mieszkańców wsi.

Fundusz Stypendialny obejmuje pomoc młodym talentom. Pomoc ta dotyczy sfery materialnej i merytorycznej. Stypendia otrzymują szczególnie uzdolnione dzieci i młodzież w wieku 10-18 lat, raz do roku.

Kiedy zrozumiano, w jak beznadziejnej sytuacji są dzieci chore na białaczkę, u których istnieje potrzeba przeszczepu szpiku kostnego, uruchomiono program „One Muszą Żyć". W ramach tych działań fundacja dofinansowuje stanowiska przeszczepowe w istniejących już ośrodkach oraz finansuje zakup łóżek do przeszczepów.



SUPER EXPRESS

Ogromne oddziaływanie społeczne ma program, adresowany tym razem nie do dzieci, ale do kobiet – „Możesz Zdążyć przed Rakiem". Program o charakterze edukacyjnym, propagujący wśród kobiet dbałość o zdrowie, przede wszystkim zaś konieczność regularnej samokontroli piersi już po 20. roku życia. W realizacji tego programu pomagają media, angażując się w emisję reklam społecznych na ten temat. Są to oczywiście programy podstawowe, ale fundacja „Porozumienie Bez Barier" podejmuje też rozliczne działania dodatkowe, będące odpowiedzią na aktualne problemy społeczne. Jak podaje w swoich materiałach informacyjnych, fundacja ta pragnie przede wszystkim łamać wszelkie bariery, jakie komplikują życie osobom niepełnosprawnym w każdym w zasadzie znaczeniu tego słowa. Bariery takie można pokonywać nie tylko udzielając pomocy materialnej. Ogromne znaczenie mają działania, które zmieniają świadomość społeczną, przekonują do integracji i akceptacji społecznej.


SUPER EXPRESS

Jolanta Kwaśniewska – Porozumienie Bez Barier

Polska Telefonia Komórkowa Centertel, operator sieci Idea, zawsze chętnie włącza się w akcje pomocy potrzebującym.

- PTK Centertel od 4 lat wspiera **Warszawskie Hospicjum Dla Dzieci,**
- W 2001 r. PTK Centertel, we współpracy z Telewizją Polską S.A., przeprowadził akcję **„Pomoc dla Powodzian"**,
- W 2001 r. została zorganizowana przez Program Idea Profit akcja **„Pomóż powodzianom"**, a zebraną kwotę przekazano na konto Polskiej Akcji Humanitarnej,
- W czerwcu 2001 r., Program Idea Profit zorganizował akcję na rzecz **Domu Dziecka nr 2 im. Janusza Korczaka w Warszawie,**
- Obecnie, Program Idea Profit prowadzi akcję pomocy dzieciom z **Domu Dziecka w Strobowie.**

Ponadto, Idea wspiera inicjatywy, których celem jest promowanie ochrony środowiska naturalnego:

- **Konkurs Bezpieczeństwa Pracy,** organizowany przez Centralny Instytut Ochrony Pracy, do którego zgłaszane są również tematy z dziedziny ochrony środowiska,
- Polską edycję akcji **„Sprzątanie Świata"**,
- **Światowy Dzień Ochrony Środowiska,**
- Niedawno zakończoną akcję **„Idea dla Ziemi"**, która odbywała się pod hasłem ochrony parków narodowych.

Cyfrowa biblioteka

Paweł Piasecki

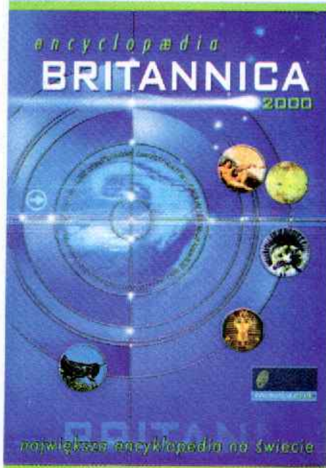
MULTIMEDIALNA ENCYKLOPEDIA POWSZECHNA – EDYCJA 2002

Obowiązkowa pozycja w każdej domowej bibliotece.



Wydawnictwo Optimus Pascal Multimedia, oddział Onet.pl, przygotowało pod choinkę znakomity prezent – nową edycję Multimedialnej Encyklopedii Powszechnej z dołączoną anglojęzyczną encyklopedią Britannica (edycja 2000). Porównując encyklopedie tradycyjne, drukowane w wielu tomach i encyklopedie publikowane w wersji elektronicznej, warto zwrócić uwagę nie tylko na kilkukrotną różnicę w cenie (oczywiście na korzyść tych drugich), ale także na łatwość i częstotliwość aktualizacji. Wydanie encyklopedii na papierze trwa zwykle lata, a potem kolejne lata trzeba czekać na reedycję. Tymczasem, jak pokazuje praktyka, użytkownicy płyt CD-ROM co roku dostają nową encyklopedię, w której znajdują nie tylko poszerzone i zaktualizowane informacje, ale także szereg nowych rozwiązań interaktywnych i multimedialnych.

Multimedialna Encyklopedia Powszechna – edycja 2002, mieszcząca się na trzech płytach CD-ROM, zawiera ponad 122 tys. haseł, w tym również zintegrowany słownik wyrazów obcych (25 tys. słów oraz przysłów i zwrotów z całego świata), około 6500 multimediów oraz 1800 ilustracji. Warto zwrócić uwagę na kilka opcji instalacji. Przy wyborze opcji minimalnej na twardy dysk domowego komputera przenosimy tylko hasła tekstowe, a wszelkie multimedia można obejrzeć dopiero po włożeniu krążka nr 2 lub 3. Opcja standardowa wymaga użycia płyty jedynie w przypadku filmów i animacji. W przypadku instalacji maksymalnej, możliwe jest zapisanie całej encyklopedii na dysku twardym i korzystanie z niej bez używania krążków CD-ROM.



Nowością w programie są również interaktywne, wektorowe ilustracje wykonane w technologii Flash (umieszczone w dziale Supermedia), działające na zasadzie hipertekstu. Klikając w poszczególne interaktywne elementy, użytkownik dostaje się „w głąb" ilustracji. Atrakcją są bez wątpienia 144 ruchome zdjęcia panoramiczne, a także interaktywne doświadczenia i eksperymenty, interesujące szczególnie dla młodych poszukiwaczy wiedzy. Encyclopaedia Britannica (edycja 2000) zawiera ponad 83 tys. artykułów, jest bogato ilustrowana i wyposażona w obszerny zestaw map.

Zapewnia także bezpośredni dostęp do ponad 125 tys. serwisów internetowych, za których wysoką jakość ręczą redaktorzy Britanniki.

ŚWIAT PEŁEN ZAGADEK

MOJE PIERWSZE: DZIECIAKI KOCHAJĄ ZWIERZAKI

Współczesne dzieciaki kochają takie prezenty.



I producenci, i handlowcy dobrze wiedzą, że kategoria programów dla dzieci to jeden z najszybciej rozwijających się sektorów rynku multimediów. I jeden z najbardziej dochodowych, zwłaszcza w sezonie przedświątecznym.Optimus Pascal Multimedia (dziś oddział Onet.pl) od wielu lat konsekwentnie wprowadza na rynek programy dla dzieci, w większości licencyjne, łączące w dobrych proporcjach rozrywkę i edukację. „Zobacz i Znajdź", to odpowiednik „I Spy", serii gier multimedialnych, które w Europie Zachodniej i USA sprzedały się w łącznym nakładzie pół miliona egzemplarzy. Serię rozpoczyna program „Tajemnice Domu Strachów", a jego dalszy ciąg tworzą „Zagadki w Domu Zabawek" (dla dzieci od 3 do 5 lat) oraz „Świat pełen zagadek" opracowany z myślą o dzieciach w wieku od 6 do 10 lat.

W „Świecie pełnym zagadek", dziecko znajdzie plansze z ponad 1300 przedmiotami i słowami do odgadnięcia oraz dodatkowe gry, odpowiednie dla tego poziomu wiekowego. Zdjęcia zestawiono w zaskakujący, nietypowy sposób, zmuszając gracza do skupienia uwagi i wysilenia wyobraźni. Wierszyki-zagadki są doskonałym ćwiczeniem językowym, poszerzają słownictwo, skupiają uwagę na znaczenia słów i związki pomiędzy nimi. W programie znajdują się też m.in. zagadki, polegające na odszukaniu opisywanego elementu i umieszczeniu go w odpowiednim miejscu planszy. Zabawy zachęcają do twórczego korzystania z wyobraźni, uczą rozwiązywania problemów i uważnej obserwacji otaczającego świata. Rodziców, którzy chcieliby bliżej zapoznać się z serią „Zobacz i znajdź" i sprawdzić, czy zainteresuje ona ich dziecko, zapraszam na stronę internetową www.ziz.pl.

Inny, ciekawy pomysł na świąteczny prezent to program „Dzieciaki kochają zwierzaki" z serii „Moje pierwsze", która stałym czytelnikom „Profil-u" nie powinna być obca. Program przeznaczony jest dla dzieci w wieku od siedmiu do dziesięciu lat, z tym, że polecałbym go raczej dla pierwszo-, drugoklasistów. Obierając za motto znane powiedzenie św. Franciszka, że miarą kultury człowieka jest to, jak traktuje zwierzęta, program uczy dzieci przyjaznego stosunku do przyrody i rozbudza ich wrażliwość na los środowiska, w którym żyjemy. Gracz może m.in. napisać historyjki o kochanych zwierzakach – rzeczywistych albo wymyślonych, namalować ich portrety oraz bawić się fantazyjnymi układankami.



Po internecie rozsianych jest mnóstwo pomysłów na niepowtarzalną imprezę sylwestrową. Wciąż jednak czekam na polski serwis, który gromadziłby naprawdę dużo dobrych i różnorodnych ofert.

SYLWESTER 2001

PAWEŁ PIASECKI

Cóż bowiem z tego, że strona **www.sylwester.com.pl** ma ładną oprawę graficzną i zaprasza do szampańskiej zabawy, skoro w serwisie na półtora miesiąca przed Sylwestrem było zaledwie 9 ofert, w tym po jednej (!) w Warszawie i w Krakowie. Autorzy piszą, że na pomysł stworzenia Internetowego Przewodnika po Zabawach Sylwestrowych wpadli parę lat temu, gdy bezskutecznie szukali w sieci stron, zawierających więcej niż kilka ofert. Jak widać, mimo szczerych chęci realizacja pomysłu nie wypadła za dobrze. Miejmy nadzieję, że choć parę tygodni przed 31 grudnia nastąpi jakieś ożywienie.



Lepiej prezentuje się serwis, umieszczony pod równie obiecującym adresem **www.sylwester2001.pl**. Bazę 65 ofert (stan na 13 listopada) można przeglądać pod kątem wielu kryteriów takich jak: województwo, cena, liczba par, rodzaj muzyki (z taśmy czy na żywo) i imprezy (bal lub dłuższe pobyty wypoczynkowe). Ponadto, dostępne są też dodatkowe opcje: impreza z noclegiem, osobna sala do tańca, parking strzeżony. Dość dużo propozycji znajdziemy w portalu wakacje.pl. Są to w większości oferty kilkudniowych wyjazdów „na każdą kieszeń", choć trzeba pamiętać, że cena często obejmuje wyłącznie noclegi lub sam przejazd, a za sylwestrowo-noworoczne atrakcje płaci się dodatkowo. Najwięcej jest propozycji dotyczących Polski – 37, ofert wyjazdów na Słowację (30) i do Austrii (12). Najdroższa oferta, jaką znalazłem, to kilkudniowy pobyt na należącej do Chin, tropikalnej wyspie Hainan – prawie 10 tys. zł od



osoby. Do ceny tej dodać należy dopłatę, w wysokości 100 dolarów, za kolację sylwestrową (napoje alkoholowe nie są wliczone w cenę).

Nieco ponad 30 ofert, wyłącznie zagranicznych i bardzo różnorodnych, prezentuje na swych internetowych stronach biuro podróży Rainbow Tours (**www.rainbowtours.com.pl**). Znajdziemy tu propozycje skierowane dla narciarzy (słowackie Tatry, austriackie, włoskie lub francuskie Alpy), do osób, które poszukują egzotyki (wycieczki do Tajlandii i Brazylii) oraz do tych, którzy chcą przywitać Nowy Rok na ulicach jednej z europejskich metropolii (m.in.: Sylwester na Trafalgar Square w Londynie i Polach Elizejskich w Paryżu). Na uwagę zasługuje fakt, że wszystkie wycieczki, organizowane przez Rainbow Tours, można rezerwować on-line.

Zwykle polskie serwisy internetowe ograniczają się do podania numeru telefonu i adresu e-mailowego biura podróży albo wprost zachęcają, by „odwiedzić naszych agentów". Tak robi między innymi Polskie Biuro Podróży (**www.pbp.com.pl**), jeden z największych organizatorów wypoczynku w Polsce. W serwisie znajdziemy jedynie opisy ofert z aktualnego katalogu biura, okraszone pojedynczymi zdjęciami. Propozycje są adresowane do posiadaczy zasobniejszych portfeli. Ceny wyjazdów wahają się od 2 do 4,5 tys. dolarów za osobę. Zadowoleni będą głównie miłośnicy koncepcji „lato zimą", którzy mogą przywitać Nowy Rok m.in.: w Meksyku, na Kubie (Varadero), w Rio de Janiero, na wyspach Goa i Bali.

Najwięcej, ponad 80 ofert krajowych, znalazłem na stronach **www.intertour.pl**. Sprzedawcą większości imprez jest białostocka Agencja Turystyczna Podróżnik, występująca jednak na ogół jedynie w roli pośrednika – oferty pochodzą zazwyczaj z katalogów innych biur. Niektóre z propozycji wyjazdów kuszą bardzo niską ceną (nawet rzędu 300 zł), ale diabeł, jak zwykle, tkwi w szczegółach – opłacony jest wyłącznie nocleg, a dojechać trzeba samemu i bawić się „we własnym zakresie" albo, w innych wypadkach, osobno zapłacić za wyżywienie i bal sylwestrowy. Z ofert zagranicznych, prezentowanych na stronach www.intertour.pl, spodobał mi się bal sylwestrowy na norweskim lodołamaczu Sampo. W ramach pięciodniowego wyjazdu organizator (Itaka) zapewnia m.in.: wizytę u Św. Mikołaja, zwiedzanie farmy reniferów z możliwością przejazdu zaprzęgiem, śnieżne safari połączone z nauką jazdy na skuterach śnieżnych, wizytę w hodowli psów husky, a nawet możliwość kąpieli w lodowatej wodzie Zatoki Botnickiej (oczywiście w specjalnym skafandrze). Za te wszystkie przyjemności trzeba zapłacić prawie 5700 zł od osoby.





Nie można mówić o Sylwestrze i nie wspomnieć choć słowem o szampanie. Wprawdzie w Polsce zastępuje go na ogół wino musujące (powiedzmy szczerze: nie zawsze przedniej jakości), ale nie zawadzi dowiedzieć się czegoś o szlachetnym trunku rodem z Szampanii (i tylko stamtąd!). Najlepiej zdobywać wiedzę od znawców tematu, zachęcam więc do odwiedzenia serwisu



www.champagne.fr, dostępnego – oprócz francuskiej – także w angielskiej i niemiec-



kiej wersji językowej. Tym, którzy ukończyli 18 lat, mogę podpowiedzieć, że oryginalnego szampana można także kupić w polskich sklepach internetowych: **www.wino24.pl** i **www.trunki.pl**. Jest to jednak wydatek rzędu 200 zł, a zakup Veuve Cliquot La Grande Dame rocznik 90. zuboży naszą kieszeń o prawie 800 zł. Abym nie został posądzony o promowanie napojów wyskokowych, składam niniejszym zapewnienie, że do prawdziwie szampańskiej zabawy potrzeba jedynie fantazji i entuzjazmu. Czego sobie i czytelnikom „Profil-u" życzę.

Liczbę domen internetowych na świecie szacuje się na 20 milionów. Firmy za najbardziej prestiżową uważają adresy z rozszerzeniem .com, ale o wolną nazwę jest coraz trudniej. Przy rejestracji obowiązuje zasada „kto pierwszy, ten lepszy": nie może być przecież w Internecie dwóch stron, powiedzmy, „money.com".

Rywalizacja domen

PAWEŁ PIASECKI

Zważywszy na fakt, że pierwsze adresy internetowe zarejestrowano jeszcze w latach 80., i że ostatnio przybywało ich dziennie około 40 tys., trudno się dziwić, iż wyczerpano większość najciekawszych możliwości – nazw krótkich, sugestywnych, łatwych do zapamiętania.

Mało kto wie, że jeszcze na początku lat 90., rejestrowanie adresów internetowych było darmowe, dzięki subsydiom amerykańskiej Narodowej Fundacji Nauki (National Science Foundation). Ze względu na gwałtowny rozwój Internetu subsydia zlikwidowano w 1995 r. InterNIC, quasi-rządowa organizacja, powołana do administrowania systemem domen, została upoważniona do pobierania opłat za ich rejestrację i utrzymanie (początkowo 100 dolarów za dwa lata, później mniej). Od strony praktycznej zajmowała się tym firma Network Solutions. Trzy lata później monopol InterNIC na rejestrację adresów internetowych został zniesiony i dopuszczono swobodną konkurencję w tym zakresie. Poszczególni rejestratorzy ustalają własne reguły przydzielania domen, ich ceny oraz czas realizacji wniosku.

W Europie często pojawiały się również opinie, że domena .com jest symbolem amerykanizacji globalnej sieci. Można było wprawdzie rejestrować nazwy wskazujące na dany kraj, np. w domenach .fr (Francja), .co.uk (Wielka Brytania) czy .pl (Polska), ale brakowało domeny, która podjęłaby rywalizację z .com w skali ogólnoświatowej. Istniejące od dawna .org., .edu. i gov. miały ograniczone zastosowanie, odnosiły się bowiem wyłącznie do stron organizacji niekomercyjnych, edukacyjnych i agend rządowych. O sile .com i zarazem słabości .gov przekonał się namacalnie Biały Dom. Rzesze Amerykanów, które zewsząd bombardowane są wiadomościami o „dotcomach", szukają kontaktu z najwyższym ośrodkiem władzy pod adresem whitehouse.com i... doznają szoku, trafiają bowiem na witrynę erotyczną (i to z gatunku „hard core"). Popularności nie zdobyło także rozszerzenie .net. Usilnie poszukiwano więc nowych alternatyw.



BE&W

Nowe domeny

W listopadzie 2000 r., ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), instytucja podejmująca decyzje w sprawie domen internetowych, ogłosiła wprowadzenie 7 nowych domen o zasięgu globalnym:

.biz – dla firm,
.name – dla osób prywatnych,
.pro – dla przedstawicieli wolnych zawodów,
.aero – dla przedsięwzięć związanych z lotnictwem,
.coop – dla spółdzielni,
.info – dla witryn informacyjnych i .museum (dla muzeów).

ICANN wybrał je z dziesiątków propozycji zgłoszonych przez 47 organizacji. Odrzucono m.in. takie rozszerzenia, jak .kids (dla stron adresowanych dla dzieci), .sex lub .xxx (tylko dla dorosłych) i .tel (dla firm telekomunikacyjnych).

Największe zainteresowanie wzbudziły dwie propozycje: .info i .biz. Za rejestrację adresów zakończonych na .info odpowiada Afilias (www.afilias.info), natomiast pieczę nad domeną .biz powierzono NeuLevel (www.nic.biz). Instytucje te nie prowadzą rejestracji samodzielnie, tylko poprzez kilkadziesiąt firm, posiadających akredytację ICANN. Ich wykaz można znaleźć na powyżej wspomnianych stronach internetowych.

Począwszy od 1 października br., zgłoszenia od wszystkich zainteresowanych rejestracją domen .info przyjmowane są on-line w czasie rzeczywistym. Część nazw została jednak wcześniej zastrzeżona w toku tzw. pre-rejestracji. W fazie noszącej kryptonim .info Sunrise, trwającej do 11 września br.,

zabezpieczono prawa właścicieli znaków towarowych (ponad 52 tys. adresów). I tak np. internauta, który zawędruje na stronę www.dell.info, zostanie automatycznie przekierowany do serwisu Dell Computer Corp., mieszczącego się pod adresem www.dell.com. Do 19 września wstępne wnioski o rejestrację nazw mogły składać wszystkie pozostałe firmy i osoby prywatne (faza .info Landrush). Jeśli ta sama nazwa została zgłoszona w pre-rejestracji przez kilku chętnych, była przedmiotem losowania pomiędzy zamawiającymi. Jeśli zgłosił się tylko jeden chętny, nazwę automatycznie rejestrowano na jego rzecz. W odniesieniu do domen .biz NeuLevel zastosował podobne procedury pre-rejestracji. Pierwsze adresy w trybie „live", zostały zarejestrowane 7 listopada br. Niektórzy znawcy problematyki wyrażają wątpliwości, czy domeny .biz. i .info zdołają choćby zbliżyć się popularnością do .com. Nie będzie to zadanie łatwe, ale wiele zależy od odpowiedniej promocji. W październiku br. w kilku krajach europejskich pojawiły się reklamy telewizyjne domeny .info.


BE&W

JAK TO DZIAŁA?

Jak wiadomo, komputery podłączone do sieci porozumiewają się pomiędzy sobą wyłącznie w języku cyfrowym. Każdy z nich ma adres numeryczny o postaci np. 216.239.39.100

Aby ułatwić życie internautom, adresy zapisywane są w postaci kilku słów oddzielonych kropkami np. www.amazon.com. Rozszerzenie .com nazywane jest domeną najwyższego poziomu (ang. top-level domain). W tej funkcji może także występować domena krajowa, składająca się z dwóch liter jednoznacznie identyfikujących kraj, do którego jest przypisana (np. www.centertel.pl). Zamiany nazw na odpowiadające im adresy numeryczne komputera, dokonują tzw. serwery nazw domenowych (ang. nameservers).

JAK TO SIĘ ROBI W POLSCE?

Wyłączne prawo do rejestracji nazw w domenie .pl, domenach funkcjonalnych (com.pl, biz.pl, org.pl, net.pl) oraz regionalnych (np. waw.pl) przysługuje Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej (NASK), która do 1994 r. była jedynym dostawcą usług internetowych w Polsce.

Aby zarejestrować nazwę domenową należy:

– wejść na specjalną stronę NASK (www.dns.pl),

– sprawdzić, czy dana nazwa jest dostępna (robi to automatycznie wyszukiwarka),

– wypełnić wniosek o rejestrację, dostępny w formie elektronicznej na stronach www.dns.pl, a następnie wydrukować go, podpisać i wysłać pocztą lub faksem.

Koszt rejestracji i utrzymania przez 12 miesięcy tzw. delegacji domeny wynosi 200 zł dla nazw w domenie .pl, 150 zł – w domenach funkcjonalnych, a 50 zł – w domenach regionalnych.

Obecnie, za najbardziej prestiżowy, uważany jest adres w domenie .pl. Warto podkreślić, że domeny funkcjonalne stanowią polską specyfikę – w większości krajów podobnej hierarchii w ogóle się nie spotyka.

Oczywiście nic nie stoi na przeszkodzie, żeby firma polska zarejestrowała adres internetowy o rozszerzeniu .com, jak zrobiła to przykładowo sieć sklepów EMPiK (www.empik.com). Tym nie zajmuje się jednak NASK, ale rejestratorzy zagraniczni.

Regulacje prawne

Żywe zainteresowanie budzą kwestie, związane z regulacjami prawnymi dotyczącymi nazw domenowych. Co począć, jeśli dwie osoby bądź firmy zgłaszają roszczenia do jednego adresu i potrafią w równie przekonywujący sposób uzasadnić swe prawa do posługiwania się daną nazwą? Albo gorzej, gdy znajdzie się spryciarz, który zarejestruje nazwę tylko po to, by później próbować zmusić zainteresowaną firmę do odkupienia domeny za spore pieniądze?

W świetle prawa każdy, kto dokonuje rejestracji nazwy domeny globalnej wyraża jednocześnie zgodę na poddanie się, przyjętym w 1999 r., zasadom rozwiązywania konfliktów dotyczących nazw domen (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy). W przypadku braku porozumienia pomiędzy stronami roszczącymi sobie prawo do domeny, konflikty są rozstrzygane przed sądem lub na drodze arbitrażu przed uprawnionymi organizacjami. Jeżeli uważamy, że dysponent domeny, narusza nasze prawa z tytułu posiadanego prawa do znaku towarowego, możemy wnieść pozew do właściwego sądu lub skargę do organizacji arbitrażowej. Domena zostaje zawieszona, unieważniona lub przeniesiona na rzecz powoda na mocy prawomocnego wyroku sądowego lub arbitrażowego. Oczywiście wiąże się to z wysokimi kosztami i dość długim czasem oczekiwania na wyrok, toteż ugoda między stronami jest często prostszym i tańszym rozwiązaniem. Warto zauważyć, że nazwa domenowa nie podlega równie silnej ochronie prawnej co znak towarowy. W praktyce, spory w tej dziedzinie sięgają raczej materii nieuczciwej konkurencji, praw autorskich i dóbr osobistych, a wyroki sądów są trudno przewidywalne.

Wydaje się, że najlepszym rozwiązaniem dla każdej firmy, która poważnie myśli o swej przyszłości, jest zatroszczenie się w porę o rejestrację nazwy domenowej. Wydatek to prawie żaden, a potencjalne korzyści – ogromne. Sytuacja obecnie panująca na rynku internetowym może wprawdzie zniechęcać do inwestycji tego rodzaju, ale pamiętajmy, że zła koniunktura nie będzie trwać wiecznie.

Co nowego w kinach

Małgorzata Węgrzecka

OSTATNI BASTION
reż. Rod Lurie

„Przywództwo pochodzi z wnętrza każdego człowieka – mówi reżyser. – Prawdziwi przywódcy nie mają wyboru, to przeznaczenie. Jeśli jesteś przywódczą jednostką, nie możesz po prostu siedzieć w ostatnim rzędzie i wąchać kwiatki. Wkrótce bowiem zaczniesz rozkazywać kwiatkowi, żeby kwitł. W West Point nie tworzą przywódców, oni ich znajdują." I Rod Laurie właśnie takiego przywódcę znalazł. To Robert Redford. Aktor tym razem wcielił się w postać generała Irwina.

Ostatni przystanek w błyskotliwej karierze generała to... więzienie wojskowe o zaostrzonym rygorze, czyli Bastion. Zdegradowany Irwin trafia tutaj po procesie przed sądem wojennym. Więzieniem kieruje pułkownik Winter (James Gandolfini), który początkowo odnosi się z należytym szacunkiem do osławionego generała, wkrótce jednak zaczyna okazywać mu otwartą wrogość. Zwłaszcza że Irwin kwestionuje metody prowadzenia więzienia. Zdeterminowany Winter próbuje „złamać" generała. Napotyka jednak na opór Irwina i pozostałych skazańców. Wszystko zwiastuje wybuch „wojny"...

ZOOLANDER
reż. Ben Stiller

„Myślę, że są w życiu rzeczy ważniejsze niż świetny wygląd. I mam zamiar dowiedzieć się, co to tak naprawdę jest" – mówi Derek Zoolander (Ben Stiller – „Sposób na blondynkę", „Poznaj mojego tatę"), ale czy mówi szczerze? On, który bez najmniejszego wysiłku, po raz trzeci z rzędu obronił tytułu Męskiego Modela Roku?

Świat Dereka zaczyna drżeć w posadach, kiedy kolejny tytuł Modela Roku zdobywa nie on lecz nowa, olśniewająca twarz w branży – Hansel (Owen Wilson). Stając oko w oko z przytłaczającą prawdą o nieuchronnej detronizacji, Derek próbuje na siłę odnaleźć swoje miejsce w życiu. Decyduje się na wyjazd w strony rodzinne i, z myślą o powrocie do korzeni, idąc śladem ojca i braci, chce podjąć pracę w... kopalni węgla. Niestety, i tutaj czeka go gorzkie rozczarowanie – ojciec Dereka, robotnik (Jon Voight), nie może darować synowi, że „zniesławił się" tak mało męskim zajęciem, jak bycie modelem. Odrzucony przez rodzinę Derek wraca na Manhattan, gdzie teraz króluje Hansel. Rozpoczyna się walka na śmierć i życie... Na wybiegu oczywiście...


OSTATNI BASTION


ZOOLANDER

NIKOMU ANI SŁOWA
reż. Gary Fleder

„Nikomu ani słowa", to ekranizacja książki Andrew Klavana, który tym razem czerpał z osobistych doświadczeń: „Niedawno zostałem ojcem i pewnej nocy obudziłem się z przerażeniem myśląc, co bym zrobił, gdyby moja córeczka nagle zniknęła. Żona nie kryła dezaprobaty, gdy powiedziałem jej, że osadziłem akcję w naszym nowojorskim mieszkaniu...".

Doktor Nathan Conrad (Michael Douglas), ceniony nowojorski psychiatra, zajmuje się przypadkiem pogrążonej w katatonii Elisabeth (Brittany Murphy). Karta choroby tej 18-letniej dziewczyny mówi o nieudanych próbach leczenia i gwałtownych wybuchach przemocy. Nathanowi, o dziwo, udaje się przełamać milczenie Elisabeth. Dziewczyna zwraca się do niego tajemniczymi słowami: „Chcesz tego, co oni, prawda? A ja nigdy nie powiem... żadnemu z was!". Następnego dnia Nathan dowiaduje się, że jego córka została porwana. W zamian za jej uwolnienie przestępcy żądają, żeby lekarz nakłonił Elisabeth do zwierzeń. Chodzi o to, by dziewczyna wyjawiła pewien sześciocyfrowy kod. Ale jak ją przekonać, by to zrobiła?


NIKOMU ANI SŁOWA

ŚWIAT FILMU DVD

Agnieszka Guzek

OSTATNI MOHIKANIN
reż. M.Mann



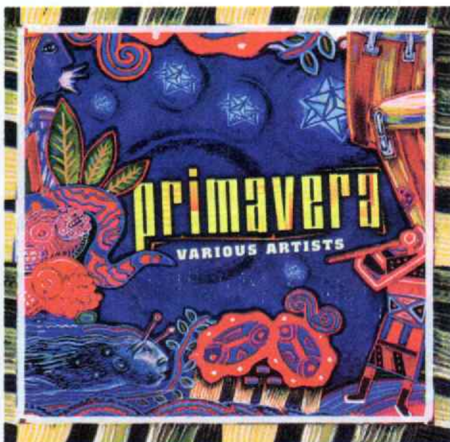
„Ostatni Mohikanin" – historia o miłości, przyjaźni, zdradzie i zemście. Akcja filmu rozgrywa się w Ameryce na przełomie XVIII wieku, kiedy to wojska francuskie i brytyjskie walczyły o panowanie nad kontynentem. W działania zbrojne włączyły się szczepy Indian oraz miejscowa ludność. Ale trzej mężczyźni – Chingachgook, jego syn Uncas i wychowaniec Nathaniel (w tej roli Daniel Day-Lewis) – pragną uniknąć zawieruch wojennej. Los jednak sprawił inaczej. Wojownicy ratując przed śmiercią córki generała Munro, znaleźli się w centrum wydarzeń wojennych. Pomimo różnic kulturowych Corę i Nathaniela zaczyna łączyć namiętne uczucie. Ich związek jest motywem przewodnim filmu, zaś nieśmiało rozkwitająca miłość Alicji i Unkasa, rozgrywa się w tle obrazu. Dramatyczne wydarzenia wojenne i historie miłosne, uzupełniają przepiękne krajobrazy Północnej Karoliny oraz wspaniała muzyka, skomponowana przez Trevora Jonesa. Na uwagę zasługują także, zrealizowane z ogromnym rozmachem, sceny batalistyczne.

Wydanie filmu na DVD jest dość ubogie. Zwiastun kinowy i odseparowana ścieżka dźwiękowa mogą rozczarować amatorów tzw. „dodatków". Jednak to doskonała jakość obrazu i dźwięku, przesądzają o wartości „Ostatniego Mohikanina" w wersji na DVD.

Nowości płytowe

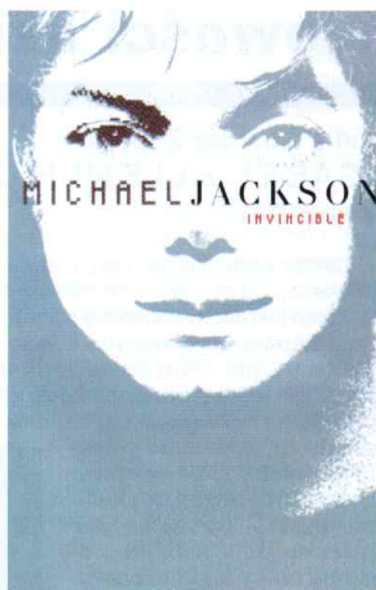
Andrzej Ignatowski

RÓŻNI WYKONAWCY – Primavera



Muzyka latynoska rządzi! Niektórzy twierdzą nawet, że trochę za długo już te rządy trwają i świat powoli nasyca się tymi brzmieniami. Nie przeszkadza to jednak wytwórniom płytowym w wydawaniu coraz to nowych płyt z tą muzyką. Niektóre zasługują na większą uwagę, tak jak ta składanka, której ozdobą jest wcześniej niepublikowane nagranie Carlosa Santany. A oprócz niego, znajdziecie Państwo jeszcze kilka innych ciekawych utworów, które na pewno przydadzą się w czasie karnawałowej gorączki.

MICHAEL JACKSON Invincible



„Invincible", to z pewnością jedna z najbardziej oczekiwanych płyt tego roku, a kto wie, czy nie ostatnich kilku lat. W końcu „król popu" nie nagrywa płyt codziennie. Album przyjęto więc z należytym szacunkiem i gremialnie ruszono do sklepów. Mam jednak wrażenie, że Michael Jackson swoje najlepsze płyty ma już za sobą. Na nowym krążku trudno znaleźć jakiś wielki hit, a i aranżacja dzieła wydaje się nieco archaiczna. Cóż, w ostatnich czasach muzyka poszła bardziej do przodu niż chirurgia plastyczna.

CZESŁAW NIEMEN – Spodchmurykapelusza



Jeśli żywa legenda polskiej muzyki wydaje całkiem nowy album, to już sam ten fakt jest znaczącym wydarzeniem muzycznym. Inna sprawa, czy zawartość płyty zasługuje na miano wydarzenia. W przypadku najnowszej płyty Czesława Niemena – raczej nie. Śmiało można powiedzieć, że to udany album – zarówno pod względem kompozytorskim, jak i tekstowym, ale... Problem z Niemenem jest taki, że publiczność ma wobec artysty nazbyt wygórowane oczekiwania, i wydaje się, że „Spodchmurykapelusza" tym oczekiwaniom nie sprosta.

SOUNDTRACK – Wiedźmin

Film „Wiedźmin" doczekał się już wielu recenzji – zwykle mało pochlebnych. Nie słyszy się natomiast opinii o muzyce do tego obrazu, a szkoda, bo zasługuje na uwagę. Jej twórcą jest Grzegorz Ciechowski, artysta, który nigdy nie schodzi poniżej wysokiego poziomu. I tym razem artysta stworzył barwną, wielowątkową muzykę, która doskonale ilustruje film, ale także nic nie traci osłuchiwana z płyty kompaktowej. Jedynym dysonansem jest song barda Jaskra (Zamachowski), odstający od reszty utworów z tej płyty.



ANDREA BOCELLI Cieli Di Toscana



Andrea Bocelli jest bożyszczem w rodzinnych Włoszech. Podobnie jest w Polsce, gdzie jego płyty sprzedają się bardzo dobrze. Dwie ostatnie płyty przyniosły mu sławę także w Stanach Zjednoczonych. Co jest takiego w jego śpiewaniu, że zyskuje tak wielu zwolenników? To proste. Wspaniały głos, prostota i urokliwość jego melodii. Wciąż jest wielu ludzi, którzy wolą słuchać takich właśnie klasycznych i klasycznie zaśpiewanych pieśni, dalekich od tego, co obecnie modne. Najnowszy album Bocellego będzie dla nich idealnym prezentem.

O.N.A. – Mrok



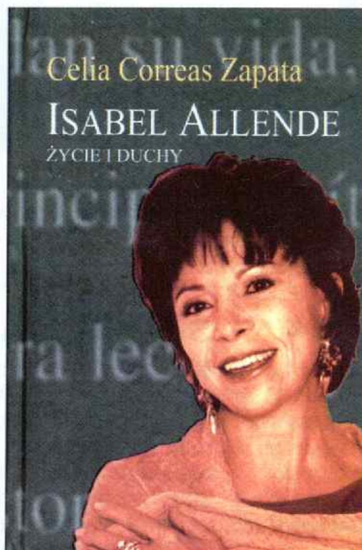
Tytuł nie jest przypadkowy, bo to rzeczywiście mroczna płyta. Zarówno w warstwie muzycznej, jak i w tekstach. Agnieszka Chylińska wie, że tekst, aby być dobry, nie musi być piękny i gładki. Wręcz przeciwnie, jej teksty są ostre, mroczne, dosadne. Ale bardzo szczere i więcej niż dobre. Szczególnie polecam utwory: „Niekochana" i „Mrok", w których muzyka i tekst połączyły się wręcz idealnie.

Nowości książkowe

A. Ż.

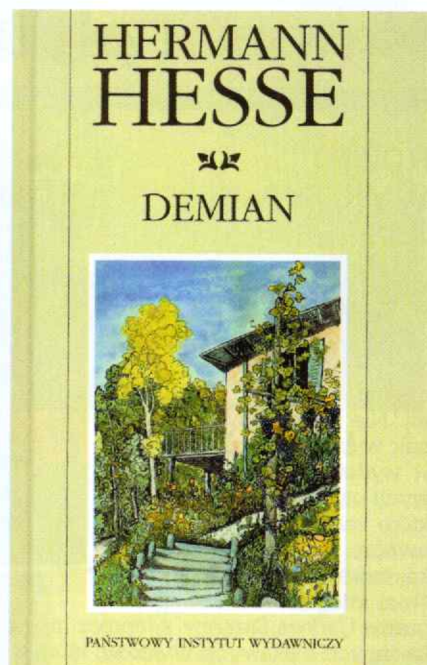
Celia Correas Zapata
ISABEL ALLENDE. ŻYCIE I DUCHY
Muza SA

„Miejmy nadzieję, że Isabel nie opublikuje w przyszłym roku powieści, gdyż nigdy nie zdołam być na bieżąco z jej biografią. Śledząc jej historię, zawsze zostaję w tyle" – napisała Celia Correas Zapata, wykładowca literatury hispanoamerykańskiej na Kalifornijskim Uniwersytecie Stanowym w San Jose. Zapata uważana jest za prekursorkę studiów nad twórczością kobiet – pisarek z krajów Ameryki Łacińskiej. „Życie i duchy", to zaproszenie na spotkanie z Isabel Allende, która w szczerych, dowcipnych, a czasami bardzo poruszających rozmowach z autorką, odsłania nie tylko tajniki swego literackiego warsztatu, ale także dzieli się swymi przemyśleniami i doświadczeniami. Isabel okazuje się postacią równie fascynującą i barwną, co bohaterowie jej powieści. W oczekiwaniu na polski przekład kolejnego bestsellera pióra Allende („Portret w sepii", będący kontynuacją losów bohaterów „Córki fortuny"), warto bliżej poznać to, co o sobie, swoich bliskich, literaturze i polityce ma do powiedzenia pisarka.



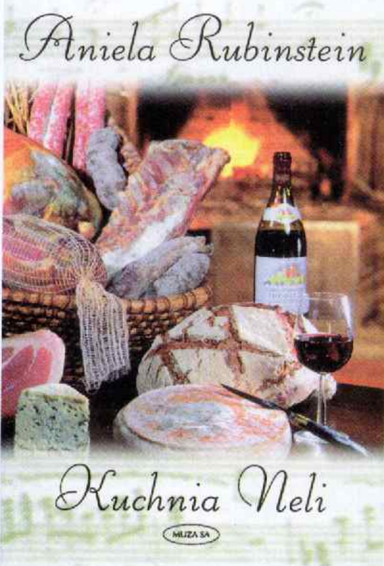
Hermann Hesse
DEMIAN
PIW

„Demian" wydaje się być powieścią o dojrzewaniu. Jej bohater, Sinclair, przechodzi przez rytuały inicjacyjne z pomocą przyjaciela – Maksa Demiana, który uczy go, jak zapanować nad własnym losem. Sinclair przeżywa rozterki właściwe dla młodości, lecz dzięki Demianowi poznaje ich rzeczywiste, duchowe – a nie tylko społeczno-obyczajowe – przyczyny. Jego wtajemniczenie w to, co w życiu najważniejsze, wiedzie do powstania „wyższego rodzaju wspólnoty", w której duchowa bliskość umożliwia przekroczenie granic własnego jestestwa i pełne zjednoczenie się z innymi. W książce widać fascynację myślą psychoanalityczną G. C. Junga oraz potrzebę, bliską także naszym czasom, uporania się z niwelującym wpływem zewnętrznego świata na ludzką psychikę.

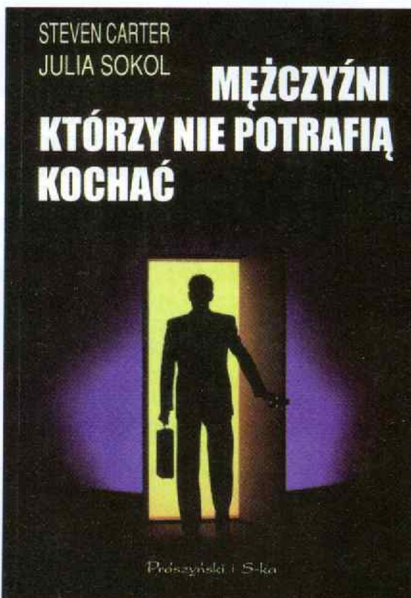


Aniela Rubinstein
KUCHNIA NELI
Muza SA

Ta niecodzienna książka, przygotowana została przez żonę wielkiego pianisty i... wielkiego smakosza. Zgromadzono w niej przepisy najsmakowitszych potraw świata, które autorka poznała podczas licznych wizyt w słynnych restauracjach świata. Znajdziemy tu także dania z polskiej kuchni, rozsławionej przez żonę wielkiego kompozytora. Nie jest to typowa książka kucharska – brakuje w niej metod żywienia czy obliczania kalorii... jest za to swoistym pamiętnikiem wspólnego, rodzinnego gotowania i długiego życia u boku Artura Rubinsteina. Zgodnie z obietnicą autorki, książka ma sprawić, że gotowanie stanie się przyjemnością, a przede wszystkim radością ze spotkania przy stole swoich bliskich.



Steven Carter, Julia Sokol
MĘŻCZYŹNI, KTÓRZY NIE POTRAFIĄ KOCHAĆ
Prószyński i S-ka



Wiele kobiet zakochuje się bez wzajemności. Kochają mężczyzn, którzy ze strachu przed zaangażowaniem się w trwały związek, porzucają je lub fatalnie traktują. Gdy uczucia wygasają, to najczęściej kobieta poczuwa się do winy za rozpad związku. Uważa, że nie była dość czuła i troskliwa, i dlatego została sama. Autorzy – wbrew silnie zakorzenionemu zwyczajowi – przekonują, że „winne" miały tylko to nieszczęście, iż związały się z partnerem, czującym chorobliwe zagrożenie przed trwałym związkiem. Książka powstała po to, aby przekonać kobiety, że ich doświadczenia wcale nie są wyjątkowe, a skierowana jest głównie do tych pań, które wszelkie porażki na gruncie damsko-męskim przypisują sobie. Uczy, jak rozpoznawać mężczyznę ogarniętego fobią przed trwałym zaangażowaniem i unikać romansów z góry skazanych na niepowodzenie.

Od słowa do słowa

MAŁGORZATA WĘGRZECKA

Każdy, kto uczył się języka obcego, zdaje sobie sprawę jakie wiążą się z tym trudności. Problemy znikają wprawdzie, przynajmniej teoretycznie, wraz z postępem nauki. Mnożą się niestety wraz z postępem wieku. Postanowiłam więc usprawnić nieco przyswajanie wiedzy. I to zarówno w przypadku nauki języków naszych bliższych i dalszych sąsiadów, jak i nauki polskiego.

Do wymyślenia nowatorskiego projektu językowego skłoniła mnie ostatnia lekcja hiszpańskiego. Nasz, skądinąd genialny, lektor z właściwą sobie wirtuozerią zapoznał nas z tajnikami kolejnego czasu. Na naszej liście nowo poznany tryb przypuszczający zajmuje dziewiąte miejsce. Skory do żartów nauczyciel pocieszył nas, że chociaż w hiszpańskim jest 21 czasów, używa się tylko kilku. Nie wiem, co miał na myśli, bo na następną lekcję zapowiedział kolejną porcję wiedzy, a przecież dziesięć czasów, to już nie jest – kilka. Tak czy inaczej – ja się załamałam. Mój mąż też. A do tego przypomniał mi, że to ja chciałam czytać Marqueza w oryginale... Na razie musi mi jednak wystarczyć polski przekład, bo mój pomysł... ginie w tłumaczeniu.

Niniejszym postuluję zniesienie czasów. Nie chodzi mi bynajmniej o to, by wykluczyć ze słownictwa wszystkie czasowniki, a zostawić wyłącznie rzeczowniki, przymiotniki, przyimki itd. Proponuję jedynie rezygnację z czasów przeszłych i przyszłych, na rzecz pozostawienia jednej, ale jakże nośnej formy – czasu teraźniejszego. Korzyści płynące z takiego zabiegu są oczywiste. Najbardziej banalna jest taka, że nie trzeba obciążać pamięci dodatkowymi, niekończącymi się listami odmian i końcówek. Jednak o wiele istotniejsze są pozytywne skutki natury psychologicznej, socjologicznej, emocjonalnej...

Przejdźmy do faktów. Na pierwszy ogień weźmy czasownik, którego użycie właśnie wprowadzam w czyn, czyli – pisać. Wyobraźmy sobie pisarza, który na przykład udziela wywiadu. Dziennikarz pyta:

– Czym pan się aktualnie zajmuje?

– Właśnie napisałem książkę – odpowiada pisarz.

Wbrew pozorom wcale nie musi to być dla wspomnianego autora powód do zadowolenia. Wszakże to sam proces tworzenia jest najciekawszy, a kiedy się skończy, w umyśle twórcy może się rozpanoszyć niewdzięczna do zapełnienia pustka. Optymizmem nie napawa też pytanie:

– A co pan wkrótce napisze?

Bo jeśli wyżej wymieniony pisarz jeszcze nie ma pomysłu na następną powieść, zacznie przeżywać trudną do opisania frustrację. A może ona być na tyle trudna, że ten obiecujący autor już nigdy nie dotknie pióra (klawiatury). W tej sytuacji najmniej stresogenną formą czasownika jest – piszę. Po prostu.



Kolejnego czasownika używają nie tylko piszący. Słowo to powtarzają, a przynajmniej powinni, ludzie w każdym wieku – od kilkuletniego brzdąca, do sędziwego staruszka. Cieszą się jego istnieniem i sensem kobiety i mężczyźni pod każdą szerokością geograficzną, bez względu na wyznanie i orientację seksualną. Gdyby wyeliminować kontrowersyjne formy czasu przeszłego i przyszłego, z pewnością mnóstwo dzieci miałoby szczęśliwsze dzieciństwo, wiele par uniknęłoby nieporozumień, a miliony obcych sobie istnień nigdy nie popadłoby w żaden konflikt. Wystarczy, żeby każda z tych osób myślała, czuła i mówiła zwyczajnie, bez żadnych udziwnień – kocham.

Równie spektakularnie brzmią czasowniki: jestem, pragnę, pomagam, dzielę się, umiem, uśmiecham się... Niestety, brzmią tak właściwie wyłącznie na kartach literatury, w wypowiedziach wielkich myślicieli, twórców teatru czy kina. Przez zwykłych zjadaczy chleba najczęściej postrzegane są jako banalne, a tym samym niewarte częstego stosowania. W tym przypadku nie powinno być więc zbyt wielu protestów związanych z ograniczeniem form wypowiedzi. Nie ma przecież sensu kłócić się o wyeliminowanie na przykład – „pomagałam" czy „będę pomagała", skoro – „pomagam" – dyskretnie wychodzi z użycia.

Sceptycy z pewnością zaczną szukać słabych stron mojej innowacji. Już słyszę głosy:

– A co zrobić z czasownikami, które mają zdecydowanie pejoratywne zabarwienie. Na przykład: nienawidzę, biję (poza – biję się w piersi), krzywdzę, poniżam, maltretuję, zabijam? Przecież w ich przypadku właśnie czas teraźniejszy powinien zostać wymazany na zawsze! Przyszły także!

Cóż, odpowiadam na to, może zamiast wikłać się w rozmaite formy, prościej byłoby przed każdym z tych czasowników dodać – nie.

Inni sceptycy być może zarzucą mi zbytnie przywiązanie do teraźniejszości. Bo niby, dlaczego tak uparcie ją preferuję, kwestionując znaczenie przeszłości i przyszłości?

Po pierwsze, nie chcę być posądzana o to, że żyję wspomnieniami, ani o to, że dzielę skórę na niedźwiedziu. Teraźniejszość wydaje się najbezpieczniejsza. Po drugie – cóż, takie mamy... czasy. Ja najzwyczajniej w świecie, próbuję ułatwić sobie życie. Po prostu chwytam dzień. I uśmiecham się, bo całkiem dobrze sobie radzę z używaniem czasu teraźniejszego od czasowników: słuchać, rozumieć, cieszyć się, dawać, wierzyć, życzyć...

Życzę Państwu i sobie anielskich Świąt Bożego Narodzenia i zwycięskich zmagań z czasami w Nowym Roku. ■

Budapeszt w ciągu ostatnich dwudziestu lat wrócił do grona najchętniej odwiedzanych, europejskich stolic. Na stromych uliczkach Budy i eleganckich alejach Pesztu słychać języki angielski, włoski, niemiecki i japoński. Za to rzadziej, niż jeszcze w latach 80., polski. Polacy chętniej jeżdżą do Paryża, Londynu czy Rzymu. A szkoda.

Miasto NA ŹRÓDŁACH

Artur Stadnik



BE&W

Budapeszt należy bowiem do turystycznej czołówki światowych metropolii. Moda na Budapeszt rozpoczęła się w Europie Zachodniej w latach 80. Kiedy budowa warszawskiego Mariotta utknęła w miejscu, a zamknięty Bristol czekał na remont, w Budapeszcie otwierano hotele międzynarodowych sieci. Dzięki temu, wizyta we Wschodniej Europie nie musiała, dla przybyszy z bogatszej części kontynentu, oznaczać już wyrzeczeń i marnej obsługi.

Budapeszt oferował jednak znacznie więcej niż dobrej klasy hotele. Świetna architektura, zadbane parki, pamiętające czasy tureckie, gorące termy, tętniące życiem przybytki kultury, oryginalna kuchnia działały jak magnez. Budapeszt przyciągał też atmosferą nieznanego i innego. Dziwne może się wydać określenie tej dawnej stolicy nr 2 Cesarstwa Austro-Węgierskiego mianem „nieznanej". Jednak lata izolacji za żelazną kurtyną sprawiły, że miasto w istocie trzeba było odkrywać na nowo. Na szczęście, utrata znaczenia politycznego, nie pociągnęła za sobą utraty urody. Nie odebrała jej miastu również ani II Wojna Światowa, ani socjalizm. Zniszczone domy odbudowano, a nowotwór bloków z wielkiej płyty zatrzymał się poza obrębem historycznych dzielnic.



Architektoniczny konkurs piękności

Na obszarze dzisiejszego Budapesztu, w I wieku n.e., legion rzymski ustanowił obóz, który rozrósł się do 20. tysięcznego miasta. Aquincum zostało stolicą Dolnej Panonii i prosperowało aż do najazdu Hunów w V wieku. Pozostałością po tym okresie są ruiny amfiteatru w Obudzie. Miasto w dzisiejszym kształcie istnieje dopiero od XIX wieku. Wtedy to połączono trzy miejscowości: Budę, Obudę i Peszt w stołeczny Budapeszt.



BE&W

Jeszcze przed zjednoczeniem, w Peszcie, powstała oryginalna instytucja o nazwie Komitet Upiększania Miasta. Udało się jej zaszczepić w mieszkańcach poczucie piękna i dbałości o otoczenie. Widać to chociażby po jakości architektury. Wznoszone w owym czasie urzędy, teatry, hotele i muzea, charakteryzuje klasycystyczna harmonia i umiar. Przykładem może być gmach Muzeum Narodowego czy kościół ewangelicki na placu Deaka.

Druga połowa wieku przyniosła radykalną zmianę gustów. Architekci dali upust swojej tęsknocie za stylem romańskim, gotykiem, renesansem i barokiem. W mieście wyrosły budowle zachwycające, jeśli nie stylem, to przynajmniej rozmachem. Do takich realizacji należą Plac Bohaterów z pomnikiem Milenium, Baszta Rybacka i przebudowany kościół św. Macieja oraz pałac New York. Na fasadzie tego ostatniego gmachu barok współgra z renesansem. Oko widza błądzi między jońskimi kolumnami, iglicami, posągami, kopułami i dziesiątkami okien. Parter, gdzie mieści się znana kawiarnia, ozdabiają kręcone rokokowe kolumny i żyrandole w stylu art deco.

Upodobanie architektów węgierskich do stylów historycznych tłumaczy się narodową dumą oraz pragnieniem odtworzenia świetnej przeszłości, po której nie zostały materialne ślady. Takie motywy przyświecały z pewnością inicjatorom budowy Parlamentu (1880-1904). Ten neogotycki

gmach wznosi się na wysokość 100 m i jest szeroki na 268 m. Mimo swego ogromu, budynek nie przytłacza. Subtelny detal architektoniczny, rzędy drobnych kolumn i smukłych okien nadają mu lekkości. W środku królują harmonia i wysmakowany przepych. Wnętrze kopuły, sala kongresowa czy schody reprezentacyjne wydają się wręcz nierzeczywiste w swoim pięknie. Odwiedziny obowiązkowe nie tylko dla koneserów architektury.


BE&W

Peszt pełen jest pereł architektury. Tuż obok Parlamentu mieści się Muzeum Etnograficzne (Neprajzi Muzeum) ze wspaniałym, neorenesansowym holem głównym. Przy Hold utca 4 pyszni się arcydzieło secesji – Pocztowa Kasa Oszczędności, a przy placu Roosevelta – Pałac Gresham, z fasadą pokrytą mozaikowym ornamentem.

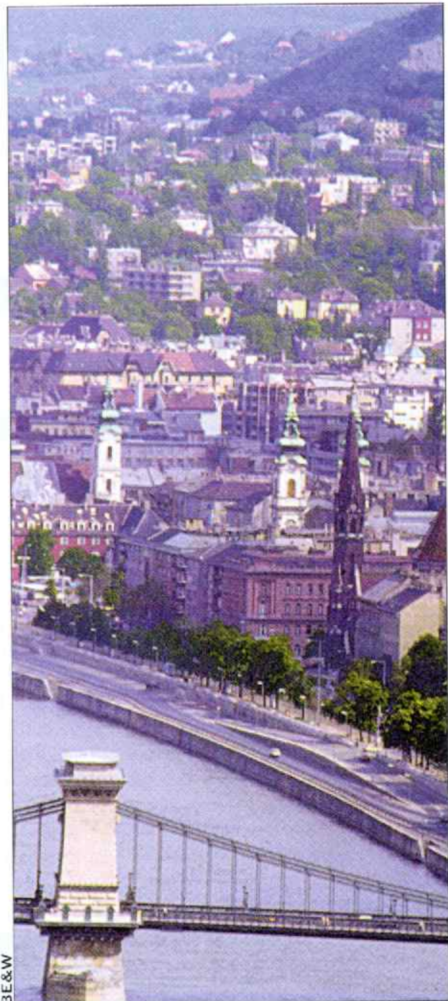
Niemal przy każdej ulicy, a zwłaszcza przy Andrassy utca, stoją zmaterializowane pomniki artystycznego geniuszu.

Na węgierską nutę

Budapeszt, podobnie jak nieodległy Wiedeń, rozbrzmiewa muzyką. Na Węgrzech tworzyli Joseph Haydn (1732-1809), Ferenc Liszt (1811-1886) i Bela Bartok (1881-1845). Miasto słynęło ze swojej operetki i baletu, a także... z muzyki ludowej. Muzyki można posłuchać w szacownych przybytkach kultury, ale i w restauracjach lub wprost na ulicy. Węgierskim fenomenem są tzw. domy tań-ca, gdzie młodzież uczy się tańca węgierskiego, żydowskiego, irlandzkiego, siedmiogrodzkiego. Życie muzyczne kwitło na Węgrzech także w latach powojennych. Operze i teatrom muzycznym nie narzucano ograniczeń repertuarowych, a państwo hojnie wspomagało wydawnictwo płytowe Hungaroton. Dzięki temu, płyty z muzyką węgierską zasilały kolekcje koneserów w całej Europie. W Polsce, na płyty Hungarotonu tłumy melomanów polowały w Instytucie Węgierskim przy ul. Marszałkowskiej w Warszawie i w najlepszych księgarniach muzycznych w kraju. Fala popularności muzyki węgierskiej w Polsce opadła, co jednak nie odzwierciedla kondycji tej muzyki. W Budapeszcie dalej odbywają się znakomite koncerty, a Hungaroton ciągle wydaje znakomite płyty. Muzyczny Budapeszt ma też mniej „poważne" oblicze. Na jednej z dunajskich wysp odbywa się każdego roku wielki festiwal rockowy, często koncertują w Budapeszcie największe gwiazdy pop, a w tutejszych klubach miksuje międzynarodowa śmietanka DJ-ów.

Rozkoszny powiew Orientu

Budapeszt jest miastem na wskroś europejskim. Jego wizerunku nie są w stanie popsuć ani rozsypujące się tramwaje i trolejbusy, ani zaniedbane rewiry. Stolica Węgier ma jednak oblicze nieznane zachodnim metropoliom. Mowa o, przesiąkniętych nastrojem Orientu, budapeszteńskich łaźniach. Pierwszymi amatorami kąpieli w gorących zdrojach byli Rzymianie. W średniowieczu jednak kąpiele wyszły z mody i dopiero Turcy (panowanie w latach 1541-1686) przywrócili sławę tutejszym źródłom. Wznosili publiczne termy, które służyły nie tylko rytualnym kąpielom. W termach leczono choroby i zwyczajnie leniuchowano. Zwłaszcza ten ostatni sposób spędzania czasu spodobał się Madziarom. Turków wypędzono pod koniec XVII wieku, ale ich łaźnie zostały. Co więcej, budowano nowe, które konkurowały z tureckimi urodą i udogodnieniami. Zachwycają zwłaszcza secesyjne łaźnie w hotelu Gellerta i neobarokowe – Szechenyi. Obok tureckich term, Rudas i Kiraly należą do najpiękniejszych w mieście. Kryty basen w hotelu Gellerta wieńczy kopuła z metalu i szkła, a ściany zdobi kolorowa mozaika. Za to kopuły Kiraly i Rudas są inkrustowane płytkami kolorowego szkła. Temperatura wody w Szechenyi nie spada poniżej 38°C, a w termach Lukacsa dochodzi do 50°C. Nic dziwnego, że spędza się tam całe godziny. Bywalcy grają w szachy, niespiesznie brodzą w zielonkawych otmętach, poddają się masażom. Na wielu twarzach maluje się, budzący zazdrość, wyraz błogostanu. Na szczęście, z uroków term mogą korzystać nie tylko mieszkańcy Budapesztu. Już sama perspektywa zanurzenia zmarzniętego ciała i ducha w gorących źródłach, każe poważnie rozważyć wizytę w przyjaznej stolicy Węgier.


BE&W


BE&W

Partnerzy roamingowi Idei na Węgrzech:

Westel GSM 900

Pannon GSM 900

Vodafon GSM 1800

Pimatel GSM 1800

Święta Bożego Narodzenia – czas miłości i radości. Na te kilka dni codzienne troski i kłopoty odchodzą w cień. W zaciszu domowym, przy świątecznym stole, możemy cieszyć się obecnością najbliższych – przeżywamy wyjątkowe chwile.

Przy świątecznym STOLE

Agnieszka Guzek

Przygotowania do nich trwają już od początku grudnia. Gorączkowa bieganina, porządki, szukanie gwiazdkowych upominków, przystrajanie bożonarodzeniowego drzewka. Unoszący się zapach tradycyjnych potraw zapowiada prawdziwą ucztę. Nie ma chyba polskiego domu, w którym zabrakłoby wówczas karpia, pierogów z grzybami, czerwonego barszczu z uszkami czy kompotu z suszonych owoców.

Przez ostatni rok, poszukiwałam dla Państwa najrozmaitszych przepisów z kuchni światowej. Pisałam o orientalnej kuchni indyjskiej, oryginalnych potrawach z kraju kwitnącej wiśni czy lekkich daniach z basenu Morza Śródziemnego. Zaglądałam do mniej lub bardziej odległych zakątków świata. Grudzień jest jednak miesiącem niezwykłym. Nie sprzyja podpatrywaniu zwyczajów kulinarnych innych krajów. Dlatego zapraszam Państwa do odwiedzenia wyjątkowego dla mnie miejsca... do mojego domu rodzinnego. Do pachnącej rodzynkami i makiem kuchni mojej mamy.

WIGILIJNA ZUPA FASOLOWA

Składniki:
2 garście grzybów suszonych
1/2 kg fasoli Jaś
2 łyżki masła
1 łyżka mąki
Sól i kwasek cytrynowy do smaku

Grzyby zalać gorącą wodą i odstawić na pół dnia, następnie umyć i ugotować. Grzyby odcedzić i pokroić w drobną kostkę. Fasolę zalać wrzątkiem i odstawić do ostudzenia. Następnie odcedzić fasolę, dodać wywar z grzybów i wszystko gotować. Gdy fasola będzie miękka, należy dodać grzyby i zasmażkę z masła i mąki. Posolić do smaku. Zupa będzie winna, gdy pod koniec gotowania dodamy nieco kwasku cytrynowego.

PLACEK ORZECHOWY BABUNI

Składniki:
Ciasto:
1/2 kg mąki
25 dag miodu naturalnego
10 dag orzechów włoskich mielonych
10 dag cukru
3 jajka
1 łyżka sody oczyszczonej
1 łyżka oliwy
Masa:
25 dag masła
15 dag zmielonych orzechów włoskich
15 dag cukru pudru
3-4 łyżki mleka

Sodę rozpuścić w 1-2 łyżkach wody. Wszystkie składniki należy połączyć i wyrobić ciasto, a następnie podzielić je na trzy oddzielne porcje. Każdą porcję trzeba piec oddzielnie na blaszce posmarowanej masłem i lekko posypanej bułką tartą. Placki należy upiec trzy, cztery dni przed spożyciem i przechowywać w opakowaniu foliowym. Dzięki temu początkowo twarde i kruche ciasto, staje się miękkie. Wówczas należy przełożyć placki masą. Aby ją przygotować, należy zaparzyć orzechy wrzącym mlekiem, połączyć orzechy z pozostałymi składnikami i wszystko dokładnie utrzeć.


BE&W

RYBA PO GRECKU

Składniki:
1 kg dorsza
6 marchewek
2 pietruszki
1/2 selera
2 cebul
jajko
10 dag mąki
1/2 szklanki oleju
4 łyżki koncentratu pomidorowego
5 łyżek keczupu
Sól, pieprz i cukier do smaku

Kawałki ryby należy posolić i popieprzyć, a następnie obtoczyć w jajku i mące i smażyć na patelni z dwóch stron. Marchewki, pietruszki i seler trzeba zetrzeć na grubej tarce. Cebulę należy pokroić w drobną kostkę i zeszklić na rozgrzanej patelni. Cebulę i pozostałe warzywa trzeba wrzucić do garnka, dodać 3 łyżki oleju i 1/2 szklanki wody. Następnie dusić pod przykryciem na wolnym ogniu, aż warzywa będą miękkie, a potem dodać keczup i koncentrat pomidorowy. Dodać sól, pieprz i cukier do smaku. Kawałki ryby ułożyć na półmisek i położyć na nie duszone warzywa. Danie można podawać zarówno na ciepło, jak i na zimno.

możesz
rozmawiać
dużo

Magda Gessler, właścicielka restauracji „U Fukiera"
korzysta z telefonu w sieci Idea o numerze 504 100 200



możesz rozmawiać
mało

Nie umiem z góry przewidzieć,
ile będę rozmawiać przez telefon.

Dostępna w Idei Meritum
Usługa Optymalna
co miesiąc automatycznie dopasowuje plan taryfowy do liczby przeprowadzonych rozmów, dzięki czemu zawsze są one rozliczane według najkorzystniejszych stawek za połączenia i abonament.



Nokia 6210

Idea Meritum
stworzona dla ludzi biznesu



www.idea.pl

Oferta Idea Meritum dostępna jest we wszystkich punktach sprzedaży sieci Idea.

Informacja Handlowa Idea Meritum: 0 801 100 501

Koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.



NOWE taryfy w Idei

nastrajamy się na święta



Powiesz to czy napiszesz?

Nowość!
W Idei Optimie możesz zamienić darmowe minuty na SMS-y.
Abonament już od 29,99 zł netto.

Informacja Handlowa: 0 801 234567 www.idea.pl
Koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.
Szczegóły oferty w punktach sprzedaży.

IDEA
optima
optymalny wybór, niskie rachunki

15 min. 60 sms
30 min. 120 sms
60 min. 240 sms
90 min. 360 sms
120 min. 480 sms
240 min. 960 sms

Idealna możliwość wymiany darmowych minut na SMS-y